



PATY LENNY COELHO DE JESUS

**SERVIÇOS BRASILEIROS DESTINADOS À EXPORTAÇÃO: UMA ANÁLISE DO
MERCADO E DA INTERVENÇÃO GOVERNAMENTAL PARA O CRESCIMENTO
DO SETOR E DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA DO PAÍS**

BRASILIA

2008



PATY LENNY COELHO DE JESUS

**SERVIÇOS BRASILEIROS DESTINADOS À EXPORTAÇÃO: UMA ANÁLISE DO
MERCADO E DA INTERVENÇÃO GOVERNAMENTAL PARA O CRESCIMENTO
DO SETOR E DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA DO PAÍS**

Monografia apresentada como requisito
parcial para conclusão do curso de
Relações Internacionais do Centro
Universitário de Brasília.
Orientador: Prof. Alaor Silvio Cardoso.

BRASÍLIA
2008



PATY LENNY COELHO DE JESUS

**SERVIÇOS BRASILEIROS DESTINADOS À EXPORTAÇÃO: UMA ANÁLISE DO
MERCADO E DA INTERVENÇÃO GOVERNAMENTAL PARA O CRESCIMENTO
DO SETOR E DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA DO PAÍS**

Monografia apresentada como requisito
parcial para conclusão do curso de
Relações Internacionais do Centro
Universitário de Brasília.

Orientador: Prof. Alaor Silvio Cardoso.

Brasília, 31 de março de 2008.

Banca Examinadora

Prof. Alaor Silvio Cardoso

Prof. Carlito Roberto Zanetti

Prof. Cláudio Ferreira da Silva

À mulher que me deu exemplo de vida, me ensinou que eu era capaz e que, se estivesse entre nós, seria a pessoa mais orgulhosa por esta nova conquista.

*Sra. Maria Raimunda dos Santos Coelho,
minha avó.*

Agradeço em primeiro lugar a Deus, que me capacitou e me deu forças para alcançar esse sonho.

Agradeço, também, ao Professor Alaor Cardoso, que com muita calma e paciência me orientou nesse trabalho.

Agradeço finalmente, ao meu pai, que com tanta garra, dedicação e esforço me proporcionou condições de chegar a essa etapa, à minha mãe que sempre me apoiou e aos meus familiares e amigos que sempre me deram muita alegria e me mostraram as lindas flores do caminho rochoso.

"Cada um se fartará do fruto da sua boca, e da obra das suas mãos o homem receberá a recompensa".

(Provérbios 12: 14)

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar os fatos inerentes ao mercado de serviços brasileiros destinados à exportação, suas características, mercados alvo, potencial e abrangência. Relacionando este mercado com o desenvolvimento econômico do país e as ações do governo que favorecem essas exportações. Nesse sentido será abordado como o mercado de serviços se desenvolveu no mundo e no Brasil, quais os valores comercializados pelos países desenvolvidos e quais valores atribuídos ao Brasil além de mostrar quais as áreas em que o país demonstra mais competitividade internacional, e quais as que ainda tem potencial para alcançar essa competitividade. Abordam-se também os resultados existentes nos dias de hoje dentro do país em relação à quantidade de vagas de emprego oferecidas, quais as empresas exportadoras e os tipos de serviços que ainda podem ser explorados além de mostrar quais as deficiências existentes no Brasil para o setor, principalmente em relação à mensuração e estatística. Finalmente é analisado o que tem sido feito no país pelo governo por meio do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC) de modo a favorecer o crescimento e desenvolvimento do mercado e conseqüentemente o desenvolvimento econômico e de bem estar do país e sua população. Além de mostrar sugestões do que ainda pode ser feito, e expor as dificuldades do setor e suas necessidades mais urgentes.

Palavras-chave: serviços, exportação, desenvolvimento, empregos, estatísticas e políticas públicas.

ABSTRACT

The objective of the present work is to analyze the facts related to the Brazilian service market destined to exportation, its characteristics, target markets, potential and coverage. Relating this market to the country's economic development and the actions from the government that favor these exportations. In this meaning I cover how the service market has developed throughout the world and in Brazil, which are the values commercialized by the evolved countries and which values are imputed to Brazil also showing in which areas the country is more internationally competitive, and in which it still has potential to reach this competitiveness. I also present the results that exist nowadays inside the country, that are related to the quantity of job vacancies that are offered, which are the exporting companies and what kind of services that can still be explored besides showing the limitations that exist in Brazil in this sector, specially related to measuring and statistics. Finally is analyzed what has been done in the country by the government through the Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC, in a way to favour the growth and development of the market and consequently the economic and well fare development of the country and its population. Beyond showing the suggestions about what can still be done, and exposing what are the difficulties of the sector and its more urgent needs.

Key words: services, exporting, development, jobs, statistics and public actions.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACC	Adiantamento de Contrato de Câmbio
ACE	Adiantamento sobre Cambiais Entregues
AEB	Associação de Comercio Exterior do Brasil
ANCINE	Agência Nacional do Cinema
APEX Brasil	Agencia de Promoção a Exportação e Investimentos
BACEN	Banco Central do Brasil
BB	Banco do Brasil
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAMEX	Câmara de Comércio Exterior
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNB	Comitê de Negociações Birregionais
CNC	Confederação Nacional do Comércio
CNTUR	Conselho Nacional do Turismo
CODEFAT	Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador
ENCOMEX	Encontros de Comércio Exterior
EUA	Estados Unidos da América
FGE	Fundo de Garantia à Exportação
FMI	Fundo Monetário Internacional
GATS	Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços
GATT	Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IED	Investimento Externo Direto
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
MRE	Ministério das Relações Exteriores
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
OECD	Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento
OMC	Organização Mundial do Comércio

OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PAS	Pesquisa Anual de Serviços
PIB	Produto Interno Bruto
PNB	Produto Nacional Bruto
PROEX	Programa de Financiamento às Exportações
PROGER	Programa de Geração de Emprego e Renda
PROSOFT	Programa para o Desenvolvimento da Indústria de Software e Serviços de Tecnologia da Informação
RFB	Receita Federal do Brasil
SCS	Secretaria de Comércio e Serviços
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECEX	Secretaria de Comércio Exterior
SGE	Seguro de Crédito à Exportação
SISCOMEX	Sistema Integrado de Comércio Exterior
SISCOSERV	Sistema de Comércio Exterior e Serviços
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicações
UE	União Européia
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1 – Valores exportados em serviços pelos principais países.....	30
Tabela 2 - Principais exportadores mundiais de serviços.	31
Tabela 3 – Principais crescimentos nas exportações de serviços.	31
Tabela 4 - Balança Comercial Brasileira de Serviços.....	32
Tabela 5 – Destino das exportações brasileiras de serviços.	32
Gráfico 1 – Destino das exportações brasileiras de serviços.....	33
Tabela 6 – Estados exportadores.	34
Tabela 7 – Crescimento dos estados exportadores.....	35
Gráfico 2 – Empresas exportadoras de serviços por faixa de valor.	36
Gráfico 3 – Participação das empresas de serviços por subsetor.....	36
Gráfico 4 – Número de pessoas físicas e pessoas jurídicas exportadoras de serviços.	37
Tabela 8 – Receita da conta de serviços.	38
Tabela 9 – Principais grupos exportadores do setor de transportes.	40
Tabela 10 – Principais grupos exportadores do setor de serviços prestados às empresas.....	40
Tabela 11 - Principais grupos exportadores do setor de serviços de informação.	41
Tabela 12 – Ações em desenvolvimento pela SCS – MDIC.	59

LISTA DE ANEXOS

Anexo A - MTN.GNS/W/120 - Lista de classificação setorial de Serviços, OMC.

Anexo B - MERCOSUL/CMC/DEC. Nº13/97 - protocolo de montevidéu sobre o comércio de serviços do MERCOSUL.

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA	I
AGRADECIMENTOS	II
EPÍGRAFE	III
RESUMO.....	IV
ABSTRACT.....	V
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	VI
LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS	VII
LISTA DE ANEXOS	VIII
INTRODUÇÃO	14
 CAPÍTULO 1 O MERCADO INTERNACIONAL DE SERVIÇOS	 18
 CAPÍTULO 2 SERVIÇOS E COMÉRCIO DE SERVIÇOS	 22
2.1 HISTÓRIA	22
2.2 DEFINIÇÕES	25
 CAPÍTULO 3 O MERCADO DE SERVIÇOS NO BRASIL E NO MUNDO	 29
3.1 O COMÉRCIO MUNDIAL DE SERVIÇOS	29
3.1.1 <i>Participação brasileira no comércio mundial de serviços</i>	31
3.2 COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO DE SERVIÇOS	34
3.2.1 <i>Tipos de serviços exportados pelo Brasil</i>	38
3.2.2 <i>Principais empresas do setor</i>	41
3.3 NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS	45
 CAPÍTULO 4 AÇÕES GOVERNAMENTAIS E PRIVADAS, DIFICULDADES E OBSTÁCULOS DO COMÉRCIO DE SERVIÇOS DE ORIGEM BRASILEIRA	 47
4.1 ENTRAVES AO AUMENTO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE SERVIÇOS.....	47
4.2 MENSURAÇÃO E ESTATÍSTICA	51
4.3 POLÍTICAS DE APOIO E FINANCIAMENTOS NO BRASIL	53
 CONCLUSÕES	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
ANEXOS	67

INTRODUÇÃO

Serviços são comumente definidos, como produtos intangíveis e indivisíveis, que quase sempre não podem ser armazenados nem transportados e que são produzidos e consumidos simultaneamente. Antigamente os serviços eram considerados não comercializáveis, devido às suas características, mas ao longo do tempo, com o crescente desenvolvimento e, mais recentemente, a globalização percebeu-se uma maior necessidade na prestação dos mais diversos tipos de serviços. Como estes passaram a ser responsáveis por uma grande soma nas divisas dos países, passaram também a ser considerados de grande importância para as economias, que começaram a mensurar serviços visando obter dados de seus mercados. Posteriormente os serviços passaram a fazer parte das grandes discussões do comércio mundial.

Hoje, os serviços mais comumente exportados tanto pelo Brasil quanto pelos outros países do mundo são os de turismo, os de tecnologia da informação e comunicações (TIC), os serviços de infra-estrutura, os serviços médicos e os prestados as empresas.

O setor de serviços, ou terceiro setor é detentor de negociações equivalentes a 25% do comércio internacional e tem sido grande propulsor e representante das economias mundiais de maiores graus de desenvolvimento nas últimas décadas, de acordo com dados da Organização Mundial do Comércio (OMC) o setor é responsável por cerca de 70% do Produto Interno Bruto (PIB) desses países. Em contraste, os países de baixa renda têm uma participação no setor de serviços de algo entorno de 37% e 53%.

No Brasil, o setor é responsável por uma parcela de 60% do PIB. No ano de 2007 a balança comercial brasileira de serviços, divulgada pelo Banco Central do Brasil, registrou um aumento de 25,7% nas exportações do país, passando de US\$ 17,9 bilhões exportados em 2006 para US\$ 22,5 em 2007.

Em comparação a Índia participou, ainda no ano de 2004, com cerca de US\$ 40 bilhões, equivalentes a 2% do comércio de serviços no mundo¹, e atingiu no ano de 2006 uma participação de 2,9% de acordo com dados da OMC. Entre os países desenvolvidos, os Estados Unidos da América (EUA) e o Reino Unido participaram, no ano de 2006, com 15,7% e 9,0% respectivamente, e são os primeiros no ranking dos países que mais exportam serviços.

O mercado interno de serviços brasileiros é caracterizado por serviços de boa qualidade e vasta abrangência, mas o setor vive à sombra de outros setores da economia, como a agricultura e a indústria quando se trata de comércio internacional e exportação dos mesmos. Além disso, o setor e seu mercado internacional são pouco conhecidos e pouco divulgados no país e ainda pouco explorados em suas capacidades de melhora, de competitividade e de maior inserção internacional dos serviços de origem brasileira.

O setor, por abranger uma enorme variedade de serviços, tem atividades que necessitam dos mais variados tipos de mão-de-obra, e podem empregar os mais variados tipos de profissionais. E os setores da indústria e da agricultura, por estarem constantemente passando por avanços tecnológicos que culminam na necessidade cada vez menor de mão-de-obra nessas áreas, acabam por dispensar os trabalhadores que encontram oportunidades de novos empregos no setor de serviços. Infelizmente, pelo menor nível de desenvolvimento do Brasil, em relação a países como EUA e os países da União Européia (UE), e por ainda não estar inserido na mentalidade da população e dos governantes brasileiros a importância do setor de serviços, continua-se dando maior ênfase a assuntos e ações direcionadas ao desenvolvimento industrial e a agricultura. Essa maior ênfase aos outros setores acarreta em uma irrisória existência de esforços, ainda pouco eficazes, rumo a um incremento do terceiro setor, que permita a internacionalização das empresas e de seus serviços com qualidade que os permita participar da competição existente entre os países no comércio internacional.

¹ ATTUY, Gabriel. *Exportar sem ter fábricas nem portos: o Brasil ainda engatinha na venda de serviços*, mas o potencial é muito grande. Disponível em: <http://www.analisecomercioexterior.com.br/comex06/exportacao/index.php?acao3_cod0=95c980104ac354f142472bff9a6c49d6>. Acesso em: 05 mar. 2008.

Um aumento na atenção dada ao terceiro setor traria a possibilidade de se conseguir mais benefícios vindos de fora do país, como investimento e aumento de divisas. Tais benefícios habilitariam o setor a impulsionar ainda mais o desenvolvimento do país além de sua possível inserção entre os países classificados como economicamente desenvolvidos. Esse aumento na atenção voltada ao setor de serviços viria ao lado dos acontecimentos inerentes aos setores industrial e agrícola, que têm sido até hoje os principais receptores de investimento e de atenção governamental, e são tratados como os maiores indutores de avanço no desenvolvimento do país.

Desde o fim do século XX e início do século XXI, ao se perceber que um maior interesse e investimento no setor poderiam impulsionar a economia e acarretar mais desenvolvimento, e por perceberem que o Brasil tem vantagens competitivas em algumas áreas de serviços, como por exemplo, a de construção civil, alguns atores, tanto públicos quanto privados, têm começado a se movimentar rumo à criação de uma cultura comercial voltada para o setor de serviços, que possa aumentar a popularidade do setor. Essas percepções foram possíveis graças aos exemplos das grandes potências mundiais que tinham o setor de serviços muito ativo e expressivo em seus países.

Tem-se percebido também um maior apoio governamental para a inserção da cultura de serviços no cotidiano da população visando permitir ao prestador de serviços e ao consumidor, tanto dentro quanto fora do país, um melhor aproveitamento das possibilidades e funcionalidades que os serviços brasileiros possam os trazer, e incentivando a internacionalização das empresas do setor.

Esses são justamente os pontos a serem analisados, o que tem acontecido no mercado internacional de serviços brasileiros, o destino e os números das exportações, qual a participação do país nesse mercado, e principalmente o que os órgãos responsáveis governo tem feito para melhorar a posição do país entre os países exportadores de serviços e o que ainda precisa ser feito, ou precisa ser melhorado, de modo que se possam extrair todas as vantagens existentes nesse setor.

E para que se possa atingir o objetivo deste trabalho, é elaborada, no primeiro capítulo, uma visão geral dos acontecimentos dos séculos XX e XXI que colocaram o setor de serviços no patamar em que se encontra hoje mundialmente e no Brasil. O segundo capítulo oferece explicações sobre os conceitos e as teorias relacionadas aos serviços e seu mercado. No terceiro são discutidos o setor de serviços e suas práticas no Brasil aproveitando-se para comparar os números do setor brasileiro de serviços com os números dos países desenvolvidos e líderes de mercado. No último capítulo é feita uma exposição dos problemas e entraves ao comércio exterior de serviços brasileiros, da dificuldade de mensuração e dados estatísticos padronizados, das ações existentes no Brasil para a melhoria desse mercado e os financiamentos para o setor. Finalmente são apresentadas as considerações finais provenientes da análise do mercado internacional de serviços brasileiros em comparação com os outros mercados do mundo e das ações e políticas existentes e são apresentadas então ressalvas quanto ao que talvez ainda possa ser feito para que se possa explorar esse setor da melhor forma possível e para que se possa obter dele maiores resultados, que levem o país a um melhor grau de desenvolvimento.

CAPÍTULO 1

O MERCADO INTERNACIONAL DE SERVIÇOS

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), em seu texto para discussão número 1173, *Economia de Serviços: Uma Revisão de Literatura*, desenvolveu um estudo visando o entendimento do que é dito em relação ao mercado de serviços e a conscientização da importância do setor, onde alguns autores são destacados, pelo que pensam e dizem sobre o comércio de serviços.

De acordo com o texto, Baumol (1967) acredita que o crescimento do setor traria uma diminuição da produtividade econômica visto que os serviços têm sua produtividade limitada, onde por vezes uma maior aplicação de capital ou de trabalho não determinaria um maior ganho, pois na prestação de serviços, por muitas vezes, o que determina maior geração de lucros não é a quantidade, mas a qualidade do serviço, qualidade essa de difícil mensuração e padronização de modo a servir para estudos estatísticos e econômicos precisos no mundo inteiro. Fugindo a essa regra, a área de TIC contém umas das atividades mais dinâmicas da economia, o que mostra que o crescimento do terceiro setor, quando analisado por esta área, não é totalmente atrelado à redução de produtividade, mas pode ser atrelado também ao aumento dela.

Na realidade, o setor de serviços é muito diverso, podendo ter empresas de grande porte e pequenas firmas, e apresentar desenvolvimento e dinamicidade na prestação e exportação de serviços independente do tamanho delas. Além disso, o setor é responsável por muitos insumos para a indústria, que contribuem para a produtividade dos produtos e agrega valor a eles.

De acordo com Adam Smith os serviços não eram de maneira nenhuma produtivos, já Karl Marx dizia que somente os serviços atrelados à comercialização e distribuição de produtos podem ser produtivos, tais como a comunicação, transporte e armazenamento de mercadorias, para os Utilitaristas

todos os serviços seriam produtivos e mais recentemente Anita Kon², de acordo com a teoria de Keynes defende, assim como ele, que toda atividade que traz recompensa monetária é produtiva.

Apesar dos pontos apresentados pelos economistas acima, são visíveis os crescimentos do setor de serviços intermediários e finais em todo o mundo, e principalmente sua contribuição ao desenvolvimento dos países exportadores. É claramente perceptível o grande incentivo à serviços que agregam valor a bens, tais como serviços de pesquisa e desenvolvimento, marketing, design e pós-vendas entre outros, que fazem com que os produtos sejam muito mais atrativos e que aumentam o valor a ser cobrado por eles dentro e fora de suas economias, aumento esse, que não seria possível se os produtos continuassem a ser produzidos como sempre, sem nenhuma inovação, e copiados por todos os países, retirando deles o valor que é atribuído pelos serviços empregados à sua produção e distribuição.

Dentro dessa idéia, outros autores defendem que com o aumento da indústria, e conseqüentemente aumento dos ganhos obtidos através dela, desenvolve-se a economia, acarretando um aumento na demanda por serviços, que antes eram produzidos dentro das empresas, mas que passam agora a ser terceirizados, vindo de empresas de serviços especializadas, de forma que se proporciona a melhor prestação e melhor qualidade do mesmo, uma vez que a empresa é especializada somente na prestação de um determinado tipo de serviço (OUTLON, 2001, FRANÇOIS, 1990, GERSHUNY, 1978 apud SILVA et al, 2006, p.13).

Sendo assim, o incremento e melhoria no setor industrial geram oportunidades de escala e de escopo³ para as empresas de serviços intermediários, que ao prestarem seus serviços agregam valor ao produto, e com capacidade de

² KON, A. *Economia de Serviços: Teoria e evolução no Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 2004. 269p.

³ **Economia de escala:** A economia de escala ocorre quando a empresa consegue fazer economia em termos de custo unitário à medida que aumenta a produção de um determinado bem ou serviço. Ou seja, quanto mais bens produzidos ou serviços prestados, mais barato sai a produção destes para a empresa.

Economia de escopo: Ocorre quando é mais barato produzir dois produtos juntamente (produção conjunta) do que produzi-los separadamente. O fator de importância particular para explicar economias de escopo é a presença de matérias-primas comuns na fabricação de dois ou mais produtos, assim como as complementaridades na sua produção.

competição internacional os produtos são cada vez mais conhecidos e aceitos no mercado internacional, trazendo mais divisas ao país. Com o aumento de renda da população, aumenta-se também a demanda por serviços finais, que passam a ser mais e melhor produzidos e ao precisarem ser melhorados para atender a demanda interna acabam por obter condições de competir também no mercado global e trazer desenvolvimento para o país.

Especialistas mais recentes defendem que a dinamização, ampliação e diversificação no setor de serviços foram impulsionadoras do desenvolvimento econômico nos países que se valeram dessas práticas na segunda metade do século XX, provando então com fatos concretos, que o desenvolvimento dos países está fortemente ligado ao desenvolvimento da indústria de serviços também (SAUVANT, 1993; MILLES, GREEN, HOWELLS, 2001; WOLFL, 2005; MARCONINI, 2006 apud KON, 2006, p. 43).

Com os avanços da tecnologia no mundo atual o processo produtivo tem se tornado cada vez mais intensivo em serviços e os investimentos neles proporcionam, além das vantagens já abordadas, uma maior oferta de emprego, melhoria na produção, aumento de renda no país e conseqüentemente um maior bem estar populacional. Por não serem importantes somente como intermediários agregados à produção de bens, e por trazerem um maior desenvolvimento ao país, os serviços se mostram importantes em qualquer nível de desenvolvimento em que se encontrem as economias no mundo, e dessa forma requerem uma maior especialização e um maior interesse e investimento, de forma que possam vir a competir internacionalmente, trazendo riqueza e bem estar para o país de sua origem.

Até meados da década de 80 e início da década de 90, pensava-se no setor industrial como dinâmico e indutor da economia, e os economistas que ainda defendem que os serviços não são produtivos são aqueles que ainda estão inseridos nesta idéia (PHILLIPE, LEO, BOULIANNE, 1998 apud ALMEIDA, 2003, p.29). A teoria, no entanto está ultrapassada, visto que a indústria exportadora se modificou bastante, sendo cada vez menos integrada a economia local, e hoje em dia o que se

vê nas grandes metrópoles é a diversificação e modernização dos serviços, que são cada vez mais exportáveis e exportados.

Segundo HALL (2000 apud ALMEIDA, 2003, p.31):

O futuro econômico das grandes cidades [...] está na venda de serviços financeiros e empresariais [...], na concentração de atividades de comando e controle [...] e, last but not least, na exportação de cultura e turismo.

Almeida (2003) conclui então que a transformação da economia de modo a privilegiar o setor de serviços e depender mais dele é algo que se pode considerar inerente ao capitalismo maduro, onde os serviços se tornam o mais importante suporte para as atividades econômicas.

Essa característica pode ser facilmente observada nas economias desenvolvidas, que podem ser consideradas imersas nesse tipo de capitalismo e que ao se apoiarem no setor de serviços têm obtido importantes resultados e dominado as maiores fatias do mercado mundial.

CAPÍTULO 2

SERVIÇOS E COMÉRCIO DE SERVIÇOS

Para se entender a importância dos serviços na economia e da comercialização dos mesmos é importante que se saiba o que os levou a ser tão necessários como são hoje. Além disso, é necessária uma precisa definição do que vem a ser serviços e comércio de serviços, sem esses conceitos inseridos na mente, é praticamente impossível entender essa importância, e por isso este capítulo aborda a história do comércio internacional até a chegada ao comércio internacional de serviços e as definições inerentes ao assunto.

2.1 HISTÓRIA

A partir do século XIX, os sistemas de transporte começaram a sofrer inovações que possibilitaram uma maior transferência de mercadorias a vários destinos. Na segunda metade do século, essa internacionalização se intensificou, e por conta do acúmulo de capital nos bancos nessa mesma época, começou-se a internacionalização também do capital financeiro.

A concentração de capital nos países gerou um novo estágio de desenvolvimento industrial, e após Segunda Guerra Mundial começou-se a transferência dos aparatos das empresas para outros países, acontecendo então a internacionalização da produção de produtos acabados. Essa internacionalização obteve mais força na década de 60, com a intenção de se aproveitar insumos diferentes em diversas partes do mundo com vantagens em determinadas áreas, ocorreu então a internacionalização do processo de produção, com cada parte de um único produto sendo fabricada em um lugar diferente do mundo, de acordo com as vantagens de capital e mão-de-obra encontradas em cada território. E assim, nas décadas seguintes, chegou-se ao modo de produção mais conhecido hoje em dia, onde o produto tem a nacionalidade do país onde foi feita sua montagem final, mas seus componentes foram fabricados nos mais diversos lugares de acordo com as vantagens apresentadas por esses lugares na fabricação de cada uma das peças.

Desde 1980 as atividades econômicas se tornaram internacionais por completo, sendo então independentes de território, e obtiveram, além disso, grande ajuda da globalização que permitiu a internacionalização das vidas econômica, social, cultural e política. Nessa época, pelo aumento das empresas multinacionais e transnacionais, tornou-se cada vez mais importante e foi cada vez mais necessário o uso de serviços de telecomunicações, de transportes e de construção, visando um melhor atendimento e melhor estruturação dessas empresas. Os países passaram a produzir cada vez mais serviços e o processo de outsourcing (busca de mão-de-obra fora da empresa para a prestação de serviços intermediários) se tornou algo cada vez mais comum. Sendo assim, no fim da década de 80, o tema do comércio internacional de serviços ganhou destaque, em meio às negociações da Rodada do Uruguai (1986/1994).

O Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT) contemplava somente fluxos de mercadorias, mas os países desenvolvidos perceberam a necessidade de acordos para o setor de serviços também, que vinha crescendo e trazendo uma grande movimentação de câmbio entre os países. O grupo dos países desenvolvidos, liderados pelos Estados Unidos pronunciou-se então a favor da inclusão de temas de serviços, direitos de propriedade intelectual e investimentos no GATT. No início, muitos países em desenvolvimento se sentiram ameaçados, pois temas de interesses desses países referentes ao comércio de mercadorias e agricultura passariam a ficar em segundo plano, e os benefícios desses novos temas seriam aproveitados somente pelos países desenvolvidos. Os países em desenvolvimento não tinham vantagens comparativas para esse mercado, um exemplo disso seria que esses países não usufruiriam benefício no comércio de serviços por meio de inovações advindas de novas tecnologias, já que essas tecnologias advêm das grandes economias globais e requerem muito investimento, além do que os países em desenvolvimento poderiam arcar.

Por conta do aumento da necessidade de serviços, relacionados à infra-estrutura, telecomunicações, serviços bancários e de saúde e principalmente os serviços de tecnologia advindos da crescente globalização, percebeu-se que era inevitável o avanço rumo ao aumento da prestação de serviços por todos os países,

tanto internamente quanto externamente, e para os mais diversos mercados. Dessa forma muitos países em desenvolvimento, assim como os desenvolvidos, implementaram marcos regulatórios menos restritivos ao comércio de serviços, e passaram a se interessar pelo assunto, visando prestar os serviços em que obtinham vantagens.

Na década de 90, a internacionalização de capital obteve mais força, fazendo com que o Investimento Externo Direto (IED) se tornasse algo usual no mundo moderno. Visto que é uma ação de grande importância tanto para os países menos desenvolvidos que recebem investimento e oportunidade de novos empregos, quanto para os desenvolvidos que gastam menos ao estabelecerem suas empresas nestes territórios e podem obter maiores lucros na comercialização dos produtos e serviços que produzem, os países em desenvolvimento passaram a oferecer facilidades aos investidores estrangeiros que se instalassem em seus territórios. Esse tipo de negociação acabou por trazer vantagens e crescimento tanto para o investidor quanto para o receptor dos investimentos, e é hoje o modo de exportação de serviços mais usado mundialmente.

Devido à globalização, a competição entre as empresas passa a ser regida pela demanda mundial e pelo mercado internacional, uma empresa não compete com as empresas de seu próprio país, mas com empresas do mundo todo. E em resposta à necessidade constante de inovação e melhoria na prestação, os serviços inter-relacionados à produção e distribuição de bens e serviços finais, como os bancários, financeiros, de construção civil e de turismo, se tornaram cada vez mais necessários. Além desses percebeu-se a necessidade de atenção aos serviços intermediários, tais como os de Pesquisa e Desenvolvimento, ou os de Marketing, que possibilitam uma preparação, tanto dos serviços quanto dos bens que os recebem, para a competição internacional.

Assim, o mercado teve que se adaptar para a produção, internacionalização e competição mundial no setor de serviços também, de modo que as empresas industriais que antes produziam os serviços intermediários da produção de seus bens dentro da firma passaram a terceirizar esses serviços. E a

partir da abertura de empresas especializadas em determinados serviços intermediários eles passaram de não comercializáveis (non-tradable) a comercializáveis (tradable). Como exemplo disso, podemos citar os serviços de atendimento aos clientes das empresas, que anteriormente eram feitos pela própria empresa (non-tradable), e dentro de seu espaço físico. Hoje em dia é normal existirem empresas localizadas em um país, e seu serviço de atendimento pós-venda ser prestado em outro país, por outra empresa (tradable). Pois se percebeu que o custo de contratação de um serviço de telemarketing em outro país acabava por ser menor que o custo de instalação deste serviço dentro da própria empresa. Além disso, por conta da facilidade de comunicação que a globalização proporciona, foi permitido que empresas tenham até mesmo serviços bancários, de consultoria, transportes e seguros, sendo importados, de acordo com a competição internacional e a necessidade do consumidor.

Hoje em dia cada vez mais os serviços, tanto intermediários como finais, são importantes fontes de desenvolvimento econômico, social e cultural nos países, sendo responsáveis por grande parte do PIB na maioria das economias desenvolvidas ou em desenvolvimento. Nos países desenvolvidos o setor aparece como o setor da economia que mais agrega divisas internacionais às economias, por meio de suas crescentes exportações.

No Brasil, durante as décadas de 70, 80 e meados da década de 90 a política pública do país era voltada para o incentivo à exportação de mercadorias e por isso o comércio de serviços era pouco dinâmico. Somente no fim da década de 90 se iniciou um movimento rumo a um maior interesse no mercado de serviços e as possibilidades de ganho e desenvolvimento a partir da comercialização internacional dos mesmos pelo Brasil, interesse esse que vem aumentando e sendo explorado cada dia mais dentro e fora do país. No entanto as exportações e importações brasileiras de serviços ainda apresentam um baixo dinamismo além de o país importar mais serviços do que exporta. Isso se dá também em função das políticas de incentivos serem voltadas para o comércio de bens em detrimento do comércio de serviços. No próximo capítulo serão abordados os números do setor de serviços no século XXI e como se encontra seu mercado internacional nos dias de hoje.

2.2 DEFINIÇÕES

Para uma definição mais detalhada podem os dizer que serviços são funções desempenhadas por empresas a um cliente, ou consumidor, não sendo eles produtos concretos⁴, em outras palavras são bens imateriais de conteúdos econômicos prestados a terceiros⁵, que por um longo tempo foram considerados apenas como parte da produção de um bem (serviços intermediários), inclusos no processo produtivo.⁶ Eles eram tidos como não comercializáveis (non-tradables) devido à impossibilidade de armazenamento e a intangibilidade inerentes a quase todos os serviços existentes. Tais características dificultam até hoje uma correta mensuração da quantidade e valores de serviços prestados interna ou externamente, mas já não caracterizam impedimento para a comercialização dos serviços, que agora são mais facilmente negociados, atrelados ou não a venda de um produto tangível. Anita Kon⁷ define indústria de serviços como produtora de serviços, em lugar de bens, afirma que serviços são bens de consumo ou intermediários, intangíveis, intensivos em trabalho e com produção e consumo simultâneos, e eles são componentes do Produto Nacional Bruto (PNB), que mede o produto de intangíveis, mas que dificulta mensuração por conta da grande quantidade de serviços atrelados a bens tangíveis que não são separados dos produtos finais na hora dos cálculos do produto.

Para uma melhor comercialização, tributação e conseqüentemente melhor mensuração dos ativos do comércio internacional de serviços tornou-se necessária uma classificação que contemplasse todos os modos de comercialização e todos os tipos de serviços passíveis de comercialização. Várias listas já foram apresentadas pelos órgãos reguladores e por estudiosos da área, e todas elas

⁴ PORTER, Michael E. *A vantagem competitiva das nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1989, p.284-285

⁵ CASSONE, Vitorio. *Direito Tributário*. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2000. p.321-322

⁶ BARRAL, Welber; PRONER, Caroline. *O setor de serviços e a Alca*. Trabalho apresentado no Fórum Continental Área de Livre Comércio das Américas: atores sociais e políticos nos processos de integração. São Paulo, 27-29 novembro 2000.

⁷ KON, A. *Economia de Serviços: teoria e evolução no Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 2004. 269 p.

colaboraram para a elaboração do Manual on Statistics of International Trade in Services⁸, que estabeleceu uma conceituação coerente usada por todos os países.

De acordo com Sampson e Snape (1985 apud JÚNIOR, 2000, p.5)⁹, são quatro os modos de comercialização de serviços:

- 1- Comércio transfronteiriço, em que nem os produtores, nem os consumidores precisam se locomover;
- 2- Serviços em que consumidores precisam ir para o país fornecedor, tais como os de saúde;
- 3- Serviços em que os produtores precisam ir para o país consumidor, caracterizado pelo Investimento Estrangeiro Direto - IED e tido como a mais importante forma de comércio;
- 4- Serviços em que tanto os produtores como os consumidores se locomovem.

Como já foi mencionado, definições como a de Sampson e Snape serviram de base para o manual, e a partir dele foram definidos, de uma melhor forma, os quatro modos de prestação internacional de serviços:

Modo 1- Serviços transfronteiriços: serviços provenientes do território de um país com destino ao território de qualquer outro país;

Modo 2- Consumo Externo: serviços prestados no território de um país aos consumidores de qualquer outro país;

Modo 3- Presença comercial: o prestador se instala comercialmente no território de outro país onde vai prestar os serviços;

8

Successful services exporting: A handbook for firms, associations and governments .ITC: 2001

9

SAMPSON, G.P; SNAPE R.H., "*Identifying the issues in trade in services.*" The World Economy 8(2), June 1985: 171-181.

Modo 4- Movimento temporário de pessoas / Presença de pessoas físicas: serviços prestados por pessoas físicas de um país no território de qualquer outro país.

Dentro dessa classificação é definido que, exportador de serviços é todo e qualquer prestador de um país que vender um serviço que seja pago por um não residente do país do prestador, independente de o serviço sair deste país ou não. E a determinação da nacionalidade do serviço é feita de acordo com o local de residência do prestador, independente de ele estar o prestando no país de sua residência ou no país de residência do consumidor o serviço receberá a nacionalidade do local onde o prestador residir. E o determinante de residência em um país é o tempo de permanência do prestador no mesmo, sendo que se ele estiver residindo no país por mais de um ano, já é considerado residente.

CAPÍTULO 3

O MERCADO DE SERVIÇOS NO BRASIL E NO MUNDO

Com os avanços da globalização a compra e venda de serviços entre os países se tornaram algo cada vez mais comum, chegando a ser responsável por grandes quantias de divisas atribuídas às economias por todo o mundo. O Brasil, mesmo que ainda timidamente também possui setores da indústria de serviços que apresentam grande desenvolvimento e que trazem altos valores para a economia brasileira. Além disso, algumas empresas brasileiras que exportam serviços tem se destacado no mercado internacional e dão exemplo às outras que estão se inserido ainda nesse mercado. Esses acontecimentos são melhores explicados e podem ser mais bem entendidos ao longo deste capítulo.

3.1 O COMÉRCIO MUNDIAL DE SERVIÇOS

De acordo com o Panorama do Comércio Internacional de Serviços, publicado em julho de 2007 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), o comércio de serviços tem sido grande propulsor das economias dos países com maior grau de desenvolvimento, e vem crescendo no mundo todo. A Europa responde por 51,0% das exportações de serviços mundiais, depois dela, a Ásia exporta 22,6%, e a América do Norte 16,9%, em contraste as Américas Central e do Sul exportam apenas 2,8%, enquanto os demais exportam 6,7%. Dados da OMC demonstram os valores exportados pelas principais economias no mundo para o ano de 2006 (Tabela 1).

Tabela 1 – Valores exportados em serviços pelos principais países.

US\$ Milhões – 2006	
Mundo	2.755.900
UE	1.276.700
EUA	388.816
Japão	122.544
China	91.421
Índia	73.839
Brasil	17.920

Fonte: OMC

Segundo Drejer (2004 apud SILVA *et al.* 2006, p.6)¹⁰, o setor de serviços era responsável por 75% dos empregos ocupados nos EUA, e Hipp *et. al.* (2000 apud SILVA *et al.* 2006, p.7)¹¹ confirma que 2/3 das economias avançadas dentro da Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OECD) são baseadas em serviços.

O ranking dos principais países exportadores do ano de 2006¹² (Tabela 2) apresenta os Estados Unidos como o primeiro país da lista, e Reino Unido em segundo, o Japão ocupa a quarta posição enquanto a Índia e a China ocupam a nona e décima respectivamente.

Com relação a crescimento pode-se perceber, a partir da tabela 3, a seguir, que o único país que está entre os principais exportadores e que ainda apresenta um crescimento expressivo, estando em quinto lugar no ranking, é a Índia. Os grandes exportadores de serviços já não crescem muito, talvez por já estarem em um patamar mais avançado desse tipo de comercialização o que os leva a apenas manter suas transações e melhorar o que já tem sido feito, crescendo então de uma maneira menos explosiva, diferente dos mercados que começaram a investir nesse setor recentemente e que ainda têm muito espaço para investimento e crescimento, e quanto mais buscam vantagens que os permita comercializar

¹⁰ DREJER, I. *Identifying innovation in surveys of services: a Schumpeterian perspective*. Research Policy, v. 33, p. 551-562, 2004.

¹¹ HIPPI, C. *et al.* *The incidence and effects of innovation in services: evidence from Germany*. International Journal of Innovation Management, v. 4, n. 4, p. 471-453, Dec. 2000.

¹² MDIC. *Panorama do Comércio Internacional de Serviços*. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1202750324.pdf> Acesso em: 24 jul. 2007.

serviços, mais investem no setor e mais crescem, o que caracteriza o maior crescimento do setor em países não tão competitivos como podemos observar.

Tabela 2- Principais exportadores mundiais de serviços.

Participação % - 2006 (exclusive China e Áustria)			
Mundo	100,00		
1- EUA	15,70	16- Dinamarca	2,00
2- Reino Unido	9,00	17- Luxemburgo	2,00
3- Alemanha	6,60	18- Suécia	2,00
4- Japão	4,90	19- Suíça	2,00
5- França	4,50	20- Grécia	1,40
6- Itália	4,10	21- Austrália	1,30
7- Espanha	4,10	22- Noruega	1,30
8- Países Baixos	3,30	23- Rússia	1,20
9- Índia	2,90	24- Taiwan	1,20
10- Hong Kong - China	2,90	25- Tailândia	1,00
11- Irlanda	2,70	26- Turquia	0,09
12- Cingapura	2,30	27- Polônia	0,80
13- Bélgica	2,30	28- Malásia	0,80
14- Canadá	2,30	29- Israel	0,80
15- Coreia do Sul	2,10	30- Brasil	0,70

Fonte: OMC

Tabela 3 – Principais crescimentos nas exportações de serviços.

% - 2006/2005			
1- Cabo Verde	58,4	11- Moçambique	26,5
2- Maldivas	49,1	12- Maldivas	26,5
3- Romênia	48,4	13- Panamá	25,8
4- Azerbaijão	39,6	14- Luxemburgo	24,8
5- Índia	33,8	15- Marrocos	24,8
6- Geórgia	32,8	16- Albânia	24,4
7- Cazaquistão	29,7	17- Letônia	23,0
8- Namíbia	29,5	18- Rússia	22,0
9- Colômbia	28,8	19- Brasil	20,6
10- Polônia	27,7	20- Filipinas	20,1

Fonte: OMC

3.1.1 Participação brasileira no comércio mundial de serviços

O Brasil se encontra, no ano de 2007, em 30º lugar entre os principais exportadores de serviços no mundo. No ano de 2006 o país exportou US\$ 17,9 Bilhões e no ano de 2007 aumentou o valor para US\$ 22,5 Bilhões, apresentando um crescimento anual de 25,7% em suas exportações e tendo como principal destino destas os Estados Unidos seguido pela União Européia. A UE, mesmo sendo um bloco integrado por vários países é responsável pela importação de menos da metade da quantidade de serviços exportados pelo Brasil para o principal importador de serviços brasileiros, EUA.

Tabela 4 – Balança Comercial Brasileira de Serviços.

US\$ Bilhões – 2007			
	2006	2007	Variação - % 2007/ 2006
Exportação	17,9	22,5	25,7
Importação	27,1	33,6	24,0
Déficit	9,2	11,1	

Fonte: OMC

Tabela 5 – Destino das exportações brasileiras de serviços.

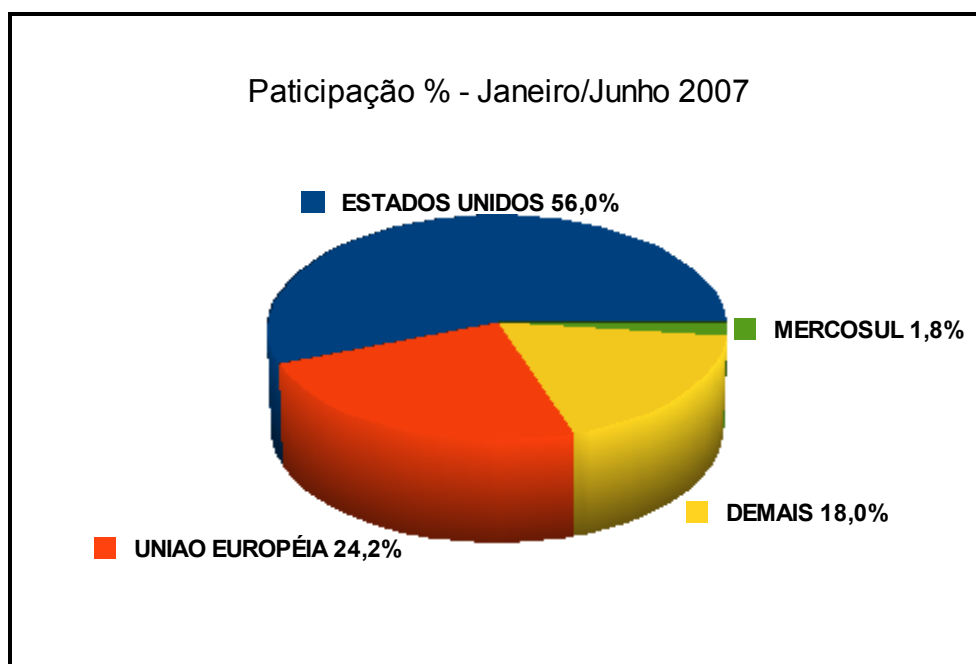
Participação % - Janeiro/ Junho 2007			
Estados Unidos	56,0	Bélgica	1,1
Países Baixos	6,7	Canadá	1,0
Reino Unido	4,4	Cingapura	1,0
Alemanha	3,5	Argentina	0,9
França	2,4	Chile	0,9
Suíça	2,0	Japão	0,9
Itália	1,6	Uruguai	0,8
México	1,3	Venezuela	0,8
Espanha	1,2	Portugal	0,7
Suécia	1,1	Resto do Mundo	11,7

Fonte: BACEN

De acordo com o gráfico a seguir, percebe-se que a porcentagem de serviços brasileiros com destino ao Mercado Comum do Sul (MERCOSUL) é bem menor do que as porcentagens de exportações para qualquer outro país do mundo. É mostrado aqui que os países desenvolvidos são os que mais importam serviços do Brasil, e que ainda existe um mercado que pode ser explorado na América do Sul, permitindo ao governo brasileiro ativar políticas que estimulem a oferta para os

países não só do MERCOSUL, como de toda a América do Sul, e ainda buscar acordos entre os países do bloco.

Gráfico 1 – Destino das exportações brasileiras de serviços.



Fonte: BACEN / Dados por CNAE

Para Benedicto Fonseca Moreira (2006), Presidente da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB), este setor é de grande importância, pois por meio dele pode-se reduzir os crescentes déficits nas contas de serviços e rendas do balanço de pagamentos em transações correntes, absorver a mão de obra que não tem mais lugar na indústria e na agricultura, por conta do desenvolvimento, e empregá-la no setor, absorver tecnologias e ampliar a produtividade, ajudar no combate a inflação, garantir e sustentar as exportações de mercadorias de setor determinante, permitir a exportação de micro, pequenas e médias empresas, ajudar na integração nacional e regional e finalmente melhorar a imagem externa fortalecendo até mesmo a exportação de mercadorias.

Dessa forma, se o país passar e investir mais em serviços poderá passar a uma colocação melhor no ranking dos países exportadores de serviços, o que refletirá também o crescimento e desenvolvimento da indústria de serviços tanto dentro como fora do país e um maior nível no desenvolvimento econômico.

3.2 COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO DE SERVIÇOS

Dentro do Brasil, como principais estados exportadores de serviços, temos São Paulo e Rio de Janeiro, responsáveis por mais de dois terços das exportações de serviços brasileiros, a saber, 53,8% e 30,7% respectivamente. Pode-se perceber ainda, a partir da próxima tabela, que os outros estados têm uma participação quase insignificante ao lado das parcelas desses dois estados. E o estado que se encontra em terceiro lugar apresenta uma porcentagem bem menor que a do Rio de Janeiro, equivalente apenas 3,2% do total exportado pelos estados.

Tabela 6 – Estados exportadores.

Participação % - 2006			
São Paulo	53,8	Distrito Federal	1,0
Rio de Janeiro	30,7	Amazonas	0,7
Minas Gerais	3,2	Santa Catarina	0,6
Paraná	2,5	Espírito Santo	0,5
Rio Grande do Sul	1,8	Mato Grosso	0,4
Bahia	1,4	Goiás	0,3
Pará	1,1	Pernambuco	0,2

Fonte: BACEN

Assim como ocorre no mercado internacional com os países exportadores acontece também dentro do Brasil, os estados que mais exportam não são os que apresentam maiores taxas de crescimento, mas a diferença quando se analisa o crescimento no plano interno nos mostra que a falta de crescimento aqui, não é causada pela saturação, como no plano internacional. Entre os estados brasileiros que apresentam maior crescimento Alagoas e Pará são os dois primeiros da lista, mas São Paulo ainda apresenta um crescimento expressivo de 27,8%, enquanto o Rio de Janeiro cresce apenas 9,8%. O que impede um maior crescimento não só em São Paulo e Rio de Janeiro, como nos outros estados do país, por vezes, é a ajuda do governo que possa acarretar em maiores facilidades às empresas, como por exemplo, na área de financiamentos, de forma que se tenha um programa totalmente voltado para as exportações de serviços e um maior posicionamento do país frente aos acordos internacionais de que participa, que

possam permitir uma comercialização e entrada mais facilitada tanto de serviços como de insumos para a prestação dos mesmos em outros países.

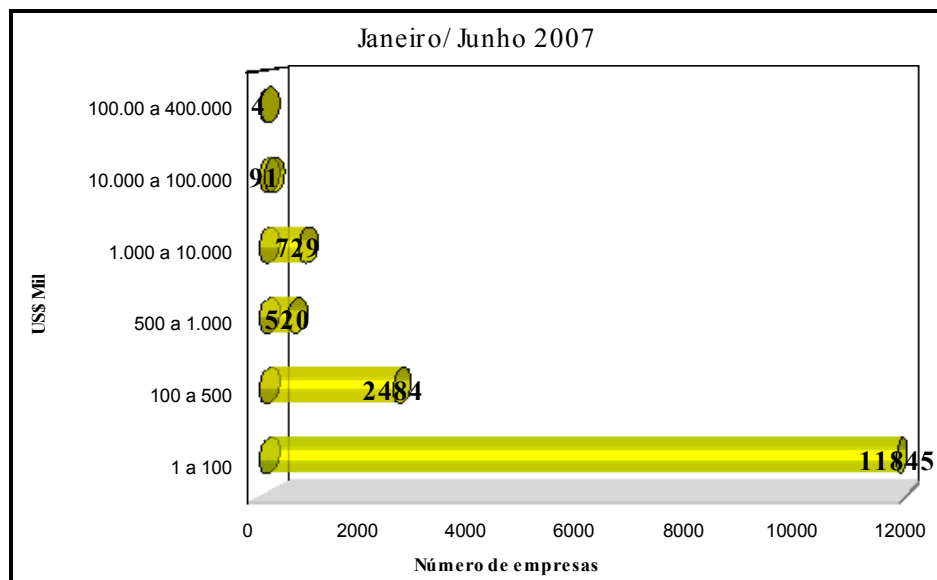
Tabela 7 – Crescimento dos estados exportadores.

Variação % - 2006/ 2005			
Brasil	20,8	Mato Grosso do Sul	38,5
Alagoas	328,6	Pernambuco	38,4
Pará	275,4	Maranhão	38,1
Amapá	222,9	Paraíba	28,0
Sergipe	211,1	São Paulo	27,8
Piauí	188,8	Rio Grande do Sul	24,5
Tocantins	187,7	Roraima	18,7
Minas Gerais	73,1	Ceará	13,2
Acre	68,1	Rio de Janeiro	9,8
Bahia	55,5	Paraná	7,8
Goiás	47,2	Amazonas	5,1
Rio Grande do Norte	46,1	Distrito Federal	4,5

Fonte: BACEN

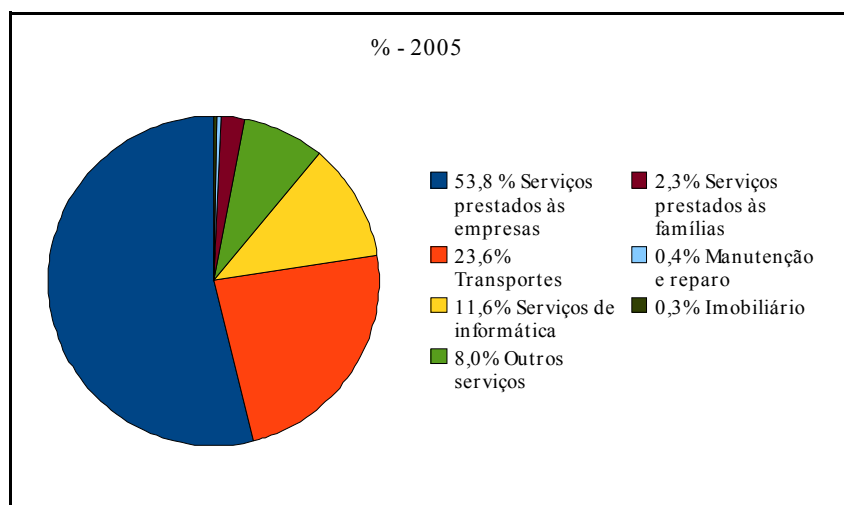
No Brasil, em 2002, de acordo com pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) existiam 945 mil empresas de serviços no país, contra 135 mil empresas na indústria, e 6,85 milhões de trabalhadores no setor de serviços, contra 5,68 milhões de empregados nas indústrias. Números esses que tendem a modificarem-se, principalmente em relação ao aumento do número de insumos tecnológicos na indústria, que fazem com que cada vez menos pessoas sejam necessárias na produção, e faz com que essa mão de obra seja realocada no setor de serviços, que por vezes, por conta da má mensuração é considerado de baixa produtividade, demandando então um maior número de trabalhadores para que possa aumentar a produtividade e conseqüentemente ajudar a desenvolver a economia do país.

No gráfico abaixo se verifica, a partir dos dados do Banco Central do Brasil (BACEN), que cerca de 15,7 mil empresas exportaram serviços no Brasil, com uma faixa de valor entre 1 mil e 100 milhões de dólares, entre os meses de janeiro e junho de 2007.

Gráfico 2 – Empresas exportadoras de serviços por faixa de valor.

Fonte: BACEN / Dados por CNAE

Dentro destas quase 16 mil empresas do setor de serviços, a partir dos dados do ano de 2005 (Gráfico 3), constata-se que 53,8% delas são prestadoras de serviços à empresas, 23,6% são empresas de transportes, 11,6% são empresas de serviços de informação 8% são empresas prestadoras dos serviços classificados como outros, 2,3% são empresas de serviços prestados às famílias, 0,4% são de manutenção e reparo, e 0,3% das empresas são do setor imobiliário.

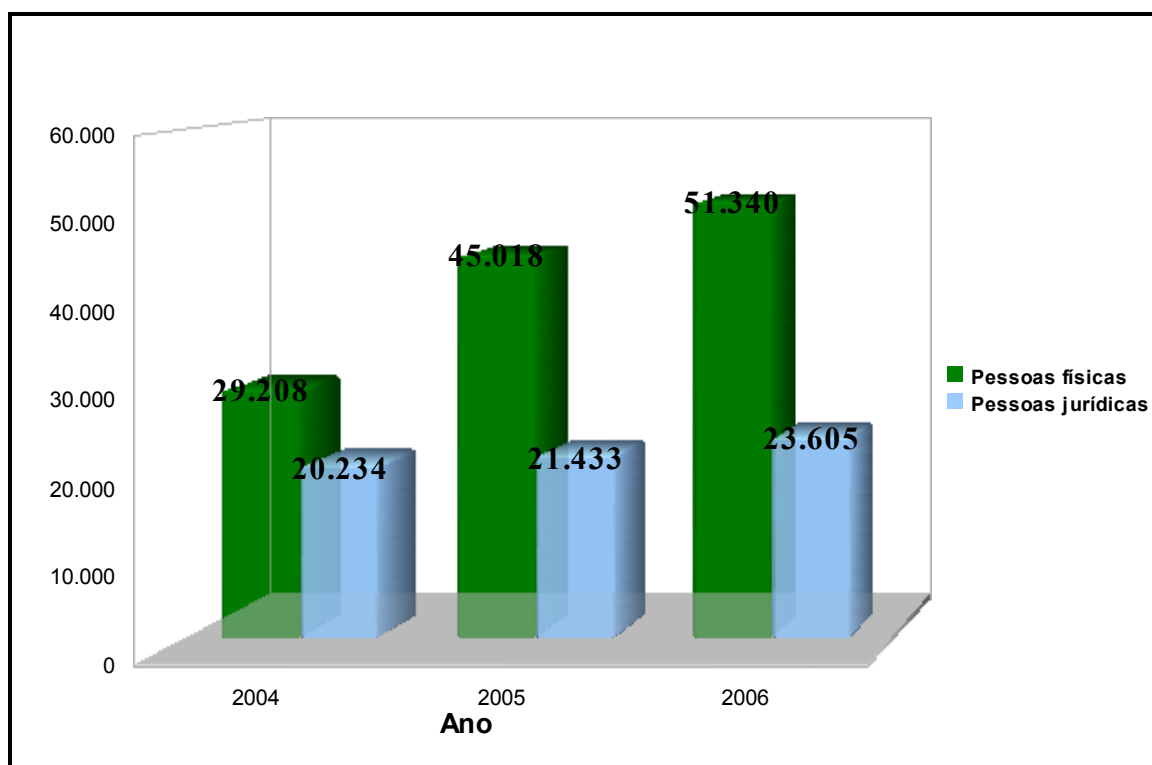
Gráfico 3 – Participação das empresas de serviços por subsector.

Fonte: IBGE - PAS

No ano de 2006, no Brasil, 23.605 pessoas jurídicas e 51.340 pessoas físicas exportaram serviços (Gráfico 4), e de acordo com a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), divulgada pelo Ministério do Trabalho e do Emprego (MTE), cerca de 16,8 milhões pessoas estavam formalmente empregadas nesse mesmo setor, aproximadamente 10 milhões a mais do que o número divulgado pelo IBGE em 2002.

Dos mais de 16 milhões de empregos formais do setor de serviços ocupados no Brasil, 19,6% são no setor de comércio, 17,5% na indústria, 15,2% no setor de educação, saúde e administração pública, 14,4% são serviços prestados às empresas, 7,2% estão na construção civil e 26,3% estão classificados como empregos em outros serviços.

Gráfico 4 – Número de pessoas físicas e pessoas jurídicas exportadoras de serviços.



Fonte: BACEN / Dados por CNAE

3.2.1 Tipos de serviços exportados pelo Brasil

Dentro dos 0,7% de participação das exportações de serviços brasileiros no mercado global no ano de 2007, os serviços que constam como exportados pelo país são, de acordo com os dados do Balanço de Pagamentos informados pelo BACEN, os de serviços empresariais profissionais e técnicos, de viagens internacionais, transportes, serviços financeiros, serviços relativos ao comércio, seguros, royalties e licenças, comunicações, computação e informação, serviços pessoais, culturais e recreação, aluguel de equipamentos e construção, sendo o primeiro responsável por uma fatia de 44,8% do total e o último por apenas 0,1% do total dos serviços exportados pelo Brasil, e somando um valor de 22.505 milhões de Dólares (Tabela 8).¹³

Tabela 8 – Receita da conta de serviços.

US\$ Milhões – 2007		
	VALOR	PART. %
1 – Serviços Empresariais, Profissionais e Técnicos	10.076	44,8
2 - Viagens Internacionais	4.953	22,0
3 – Transportes	4.023	17,9
4 – Serviços Financeiros	1.076	4,8
5 – Serviços Relativos ao Comércio	956	4,3
6 – Seguros	543	2,4
7 – Royalties e Licenças	319	1,4
8 – Comunicações	276	1,2
9 – Computação e Informação	161	0,7
10 – Serviços Pessoais e Culturais e Recreação.	73	0,3
11 - Aluguel de equipamentos	31	0,1
12 – Construção	17	0,1
Total	22.505	100,0

Fonte: Balanço de Pagamentos - BACEN

Em matéria publicada na revista de comércio Exterior do BB em junho de 2007¹⁴ é dito que de acordo com estatísticas da Organização Mundial do Turismo (OMT) aumentou-se em 4,35% o número de viajantes internacionais em 2006 e que é prevista uma média de aumento de 4% para 2007. Infelizmente no Brasil houve

¹³ Panorama do comércio internacional de serviços. MDIC- Ano 2 número 2

¹⁴ BB. Muito mais do que transporte e hotel: O turismo como exportação de serviços adquire cada vez maior importância para a economia nacional. *Comércio Exterior Informe BB*. Ed. 69, ano 5, maio/junho 2007 p. 15-25.

uma queda de aproximadamente 300 mil visitantes no ano de 2006, totalizando cerca de 5 milhões de visitantes nesse ano. Mesmo com a diminuição do número de turistas vindo ao Brasil, as divisas geradas pela visita desses turistas ao Brasil vem crescendo, e em 2006 aumentou cerca de 12%, totalizando US\$ 4,3 bilhões, que colocam o turismo como o segmento de exportação de serviços que mais traz receitas para o país, ultrapassando a performance de produtos como açúcar e café.

O turismo corresponde por mais de 10% do PIB mundial, e 2,2% do PIB Brasileiro, e como a globalização mundial tem crescido cada vez mais, sendo consideradas normais hoje em dia viagens de negócios entre países e viagens para tratamento médico, é bem provável que esses índices continuem crescendo no mundo inteiro.

Dentre os setores de serviços no Brasil, o de turismo é um dos que já recebe bastante atenção do país, mas não com o foco de aumento de exportações de serviços. Dessa maneira, se torna importante que se pense também em turismo como uma das formas de exportação de serviços, e que se iniciem atividades de fortalecimento ainda maior do setor e facilitação para a prestação dos serviços inerentes a esse setor, além da conscientização das pessoas que prestam serviços para turismo e nem mesmo sabem que estão exportando, e assim contribuem para a imprecisão dos dados estatísticos do setor.

De acordo com o Panorama do Comércio Internacional de Serviços, dentre os 19,2% do total dos serviços exportados pelo Brasil, referentes aos serviços de transportes, no ano de 2005, os que diziam respeito aos transportes aquaviários eram responsáveis por uma fatia de 31,3% desse setor, e os que envolviam serviços auxiliares de transporte eram responsáveis por 21,8%.

Tabela 9 – Principais grupos exportadores do setor de transportes.

R\$ Milhões – 2005		
	Valor	Part. %
Transportes aquaviários	2.190	31,3
Serviços auxiliares de transporte	1.523	21,8
Transporte Aéreo	1.469	21,0
Transporte Rodoviário	1.059	15,1
Transporte Ferroviário	528	7,6
Outros	223	3,2
Total	6.992	100,0

Fonte: IBGE – PAS

Mesmo tendo o seu setor de exportação de serviços de transportes aquaviários apresentando um valor expressivo, ainda é normal que os transportes aquaviários prestados aos consumidores brasileiros sejam contratados de outros países. A importação desses serviços faz com que as empresas brasileiras precisem melhorar, e inovar seus serviços, para continuarem competindo e atendendo as demandas, fazendo com que a qualidade deles seja cada vez melhor. Essa melhor qualidade nos serviços os permite competir no mercado internacional e serem exportados, e permite aos prestadores um maior crescimento e possibilidade de atendimento tanto da demanda interna quanto da externa.

Para as empresas prestadoras de serviços às empresas os dois setores dominantes são os de serviços técnico-profissionais e os de limpeza, sendo que os serviços técnico-profissionais são responsáveis por mais de dois terços do faturamento do setor, enquanto o de limpeza responde por 17,7% e os outros por menos de 1% das receitas.

Tabela 10 – Principais grupos exportadores do setor de serviços prestados às empresas.

R\$ Milhões – 2005		
	Valor	Part. %
Serviços Técnico- Profissionais	1.211	82,0
Serviços de Limpeza	261	17,7
Outros	4	0,3
Total	1.476	100,0

Fonte: IBGE- PAS

E entre os exportadores do setor de informação os serviços de telecomunicações e as atividades de informática se mostram como as que mais são comercializadas e que trazem maiores ganhos ao país. No Brasil, esse setor é bastante expressivo, contando com projetos de promoção à exportação por parte da Apex-Brasil e financiamentos por parte do BNDES.

Tabela 11 - Principais grupos exportadores do setor de serviços de informação.

(Empresas com mais de 20 funcionários) R\$ Milhões – 2005		
	Valor	Part %
1- Telecomunicações	1.326	57,4
2- Atividades de informática	881	38,2
3- Outros	103	4,5
Total	2.310	100,0

Fonte: IBGE - PAS

3.2.2 Principais empresas do setor

De acordo com dados da Revista Forbes, dos 20 maiores lucros empresariais de 2006 no Brasil, 12 são de empresas de serviços. No mês de agosto de 2007, a Revista Exame¹⁵ publicou uma edição especial chamada Exame, Maiores e Melhores, que trazia reportagens e informações sobre as melhores e maiores empresas de todos os setores.

No setor de serviços, a empresa que recebeu a classificação de melhor foi a Visanet de São Paulo, empresa que desenvolveu terminais para cartões de crédito e débito nos táxis, navios de cruzeiros, e captura por Internet e celular, soluções que facilitam e aumentam o bem estar da população. Tais serviços e a maior necessidade deles demonstra que o nível de desenvolvimento do país tem aumentado, pois se torna cada dia mais normal o uso de cartões para pagamento dos mais variados tipos de compras. Nessa mesma reportagem é observado que mesmo o público de menor renda, que normalmente não usa cartões de crédito, é beneficiado e atingido pelos serviços prestados pela Visanet, pois cada vez mais as grandes lojas de varejo tem oferecido cartões próprios, o que fez com que a Visanet

¹⁵ Maiores e melhores. *Exame*, ed. 0899A, ago. 2007

começasse a se juntar a essas empresas para que pudessem ter cartões integrados, da loja com o selo do Visa.

Essas ações demonstram que o setor de serviços, além de ser muito importante e expressivo no país, atende todas as camadas da sociedade, confirmando mais uma vez a necessidade de investimento e interesse maior no setor para que serviços tão satisfatórios, já desenvolvidos em empresas brasileiras, possam ser aperfeiçoados e mais facilmente desenvolvidos. Assim como diz Antônio Luiz Rios, presidente da Visanet, “Criar constantemente novos serviços é vital para a sobrevivência nesse mercado”, e em consequência disso, um crescimento das empresas e de seus serviços dentro do país pode levá-las a exportar seu serviços permitindo uma melhora na economia. Esse crescimento depende não só das empresas, como do setor público, pois como na empresa em questão, foi necessário um investimento de 210 milhões de reais em tecnologia, o que se apoiado pelo governo, por programas de incentivo e financiamentos poderia ter custado menos e ter permitido uma maior disseminação do serviço não só dentro como fora do país.

Voltando a análise das empresas publicada na Revista Exame, a ECT como é classificada como a maior na classificação por receita bruta, a Redecard como a mais rentável, e a Telemar em maior por vendas, e quanto a que mais cresce, temos a GRSA em primeiro lugar e a Visanet em segundo.

Como já foi dito, as empresas de serviços são as únicas capazes de alocar a mão de obra que sai da agricultura e da indústria, e para comprovar isso, nessa mesma edição foi publicada a matéria *Os Novos Pólos de Criação de Empregos* que afirma que a filial brasileira da multinacional espanhola Atento atingiu no ano de 2006 o faturamento de 564,5 milhões, e que superou a marca de 50000 funcionários, contratando quase 20 funcionários por dia nesse período. A empresa que mais emprega no setor de serviços é a estatal Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, e no setor privado a rede Pão de Açúcar é a única que supera a Atento, com previsão de chegar até o final de 2007 com 60.000 funcionários.

De acordo com os dados da Melhores e Maiores, o conjunto das empresas de serviços que engloba os hospitais, empresas de assistência médica e

administradoras de cartões de crédito, entre outras, registrou em 2006 um total de 334.000 trabalhadores, ocupando a posição de maior empregador do país. O setor de serviços ocupa 20% das vagas entre as 500 maiores companhias do país, tendo as estatais como as maiores empregadoras e entre as privadas as de telemarketing, de alimentação, de saúde e as de consultoria são as com o maior número de empregados. Nos últimos anos o aumento nas vagas na área de serviços foi mais que o dobro do que o registrado nas empresas de varejo, setor que antes ocupava a primeira posição.

De acordo com dados do Ministério do Trabalho, as companhias de serviços, incluindo as pequenas e médias, empregam, em 2007, 60% da mão de obra do país, e as previsões são de que essa porcentagem aumente para 75% em 10 anos, chegando próximo dos EUA que tem no ano de 2007 cerca de 80% da mão de obra alocada no setor de serviços.

Dentre as empresas que produzem e comercializam serviços no Brasil, mais de 23 mil são exportadoras, e no período entre janeiro e junho de 2007 venderam mais de US\$10,3 milhões ao exterior¹⁶. Nesse meio, encontramos, como a empresa brasileira mais conhecida pela exportação de seus serviços, a Odebrecht, que iniciou suas exportações por meio de obras feitas no exterior e depois de já estar atuando no mercado internacional passou também a adquirir empresas nos países onde atuava, visando a melhoria do serviço oferecido e a maior facilidade, 75% de sua receita vem dessas obras feitas fora do Brasil, no ano de 2006, de acordo com o Relatório publicado pela própria empresa foram exportados 1.400 milhões de dólares em atividades químicas e petroquímicas e 430 milhões em serviços de engenharia e construção. As empresas da Odebrecht estão presentes em 18 países da América do Sul, América Central e Caribe, América do Norte, África, Oriente Médio e Europa, se destacando como a maior empresa de Engenharia e Construção da América Latina e a maior empresa exportadora brasileira, e se encontra a mais de 6 anos como uma das 5 maiores construtoras mundiais de hidrelétricas.

¹⁶

MDIC. *Panorama do Comercio Internacional de Serviços*. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1202750324.pdf> Acesso em: 24 jul. 2007.

O Grupo Andrade Gutierrez é um dos maiores conglomerados privados da América Latina, com receita bruta, em 2004, de R\$ 4,371 bilhões e atuando nos setores de engenharia, concessões e telecomunicações. 50% de sua receita é proveniente do exterior, registrando em 2004, de acordo com o relatório publicado pela empresa, um total de 1.094 milhões de Reais em contratos de construção no exterior, e com 47% de seus clientes localizados fora do Brasil.

Além dessas empresas podemos citar a Método Engenharia, que possui empreendimentos em outros países, como Uruguai, Argentina, e tem 30% de sua receita vindo de fora do país, e a Ci&T Software, desenvolvedora de sistemas corporativos em plataforma web, que iniciou sua atuação internacional no ano de 2004, faturava em 2005, cerca de 10 milhões de dólares, e com cerca de 10% de seu faturamento vindo também do exterior.¹⁷

O que se percebe é que o mercado interno de serviços conta com empresas de grande porte e que possuem serviços de qualidade, essas empresas, além de bons serviços oferecem muitas oportunidades de emprego. Mas apenas algumas poucas empresas exportam seus serviços, e isso deve se tornar um assunto de discussão. É importante que se saiba o que impede a internacionalização dessas empresas, pois podem ser de dificuldades de financiamento para investimento à falta de informação, e o setor público deveria então se preocupar em abrir condições de inserção dessas empresas no mercado internacional.

3.3 NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

Miozzo e Soete¹⁸ defendem que os países em desenvolvimento devem abrir seus mercados apenas com a contrapartida de acesso a tecnologia e redes de informação comandadas pelos países desenvolvidos, principalmente os EUA. O que se pode verificar no Brasil é que visto que o país possui vantagens que o permitem

¹⁷ ATTUY, Gabriel. Anuário Comércio Exterior 2006. *Exportar sem ter fábricas nem portos: o Brasil ainda engatinha na venda de serviços, mas o potencial é muito grande*. São Paulo: Analise editorial. 2006.

¹⁸ MIOZZO, M.; SOETE, L. *Internationalization of services: a technological perspective*. Technological Forecasting and Social Change, v. 67, p. 159-185.2001

competir internacionalmente na prestação de alguns serviços, deve negociar a abertura comercial para esses serviços em troca de seus interesses no mercado de outros países, como na área da indústria e agricultura, de forma que possa obter vantagens e aumentar sua capacidade de produção e de prestação de serviços.

No Brasil esses acordos tem sido firmados através da Secretaria de Comércio e Serviços (SCS) do MDIC, e um texto veiculado em sua página na internet aborda bem como são firmados os acordos, da maneira que se segue¹⁹.

Os foros comerciais existentes para a negociação internacional de compromisso em serviços são o Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços (GATS), integrante da OMC, O protocolo de Montevideu que regula o comércio de serviços do MERCOSUL, além desses existem negociações sendo feitas de forma a se alcançar futuros acordos entre o MERCOSUL e a UE, o Chile e o Conselho de Cooperação do Golfo e Israel.

O GATS foi o primeiro acordo a disciplinar multilateralmente os compromissos para o comércio de serviços entre os países, e foi internalizado no Brasil em dezembro de 1994 pelo decreto 1355. A partir do Protocolo de Montevideu o assunto se tornou pauta também no MERCOSUL, sendo institucionalizado no Brasil pela decisão 13/97, onde é prevista a liberalização total do comércio de serviços entre os países membros até o ano de 2015. Além das negociações existentes o bloco apresenta o Visto MERCOSUL, que permite maior acesso de prestadores de serviços aos mercados e tratamento favorável a todos eles.

Entre o MERCOSUL e a UE as decisões são firmadas no Comitê de Negociações Birregionais MERCOSUL – UE (CNB), e o seu capítulo de assuntos inerentes ao comércio de serviços foi feito de acordo com o existente no GATS. Finalmente o MERCOSUL e Chile assinaram o Protocolo adicional ao Acordo de Complementação Econômica número 35, que é o primeiro no âmbito regional.

¹⁹ MDIC. Informações gerais sobre o comércio de serviços. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1196859176.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2008.

Esses acordos têm suas negociações feitas em rodadas liberalizantes que usam listas positivas, ou listas de compromissos horizontais. Nas listas positivas são definidos todos os serviços que estão abertos a negociação, abordando suas limitações de acesso a mercado e ao tratamento nacional, sendo separados pelos modos de comercialização. Por vezes, um dos modos pode não ser passível de negociação, até mesmo por conta da legislação do país. E quando existe um modo que traz restrições de acesso a mercado e tratamento nacional inerente a todos os serviços, eles são expostos na lista de compromisso horizontal, que mostra que aquela restrição é comum a todos os setores.

Quando de um melhor mapeamento do mercado de serviços brasileiros, maiores informações sobre seus ganhos e definição clara de políticas públicas e ações necessárias à melhoria das exportações, será possível ao país discutir nesses acordos suas reais necessidades. Hoje em dia, o país oferece garantias e adquire vantagens, mas por não saber quais os reais números de seu setor de serviços e quais os reais números dos setores mais expressivos e fortes dessa área ainda não tem muita autoridade para negociar em um patamar de igualdade com os outros países, e acaba por não usufruir todas as vantagens que poderia se os valores fossem totalmente conhecidos e se os dados estatísticos fossem mais precisamente apurados.

CAPÍTULO 4

AÇÕES GOVERNAMENTAIS E PRIVADAS, DIFICULDADES E OBSTÁCULOS DO COMÉRCIO DE SERVIÇOS DE ORIGEM BRASILEIRA.

Como foi apresentado no capítulo anterior os números do comércio de serviços brasileiros e a colocação do país entre os países exportadores não é tão satisfatório quanto poderia ser. Esses resultados se devem a vários fatores, mas estes podem ser contornados e melhorados para que o país se apresente com melhores resultados para setor de serviços. Estes fatores, que contribuem para os dados abordados sobre o Brasil serem como são, serão o assunto a ser abordado nas próximas páginas.

4.1 ENTRAVES AO AUMENTO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE SERVIÇOS

Como é sabido, serviços são intangíveis e quase nunca podem ser estocados, sendo assim, para que se exporte um serviço, é normal que haja a necessidade de movimentação dos fatores de produção, quer seja capital ou trabalho. Dessa forma, as regulamentações e legislações domésticas que podem impedir a movimentação dos fatores para a prestação dos serviços nos territórios se caracterizam como as barreiras ao comércio de serviços, uma vez que a aplicação de barreiras tarifárias existentes no comércio de mercadorias é algo impossível de ser aplicado para serviços.

Entre as barreiras ao comércio de serviços, podem ser enumeradas as que dizem respeito ao estabelecimento de limites de acesso a mercado e tratamento internacional, como a restrição ao número de prestadores de serviços que podem entrar em outro território, limites no valor total de ativos ou das transações, número total de operações de serviços ou da quantidade de serviços produzidos, número total de pessoas que possam ser empregadas e as medidas que restrinjam ou exijam tipos específicos de pessoas jurídicas à participação de capital estrangeiro.

Segundo Horta, Souza e Waddington (1998), quatro são os tipos de restrições sobre a comercialização internacional de serviços:

- 1- Restrição à realização de atividades por parte de fornecedores estrangeiros;
- 2- Restrições à movimentação de fatores de produção;
- 3- Monopólios estatais;
- 4- Regulamentações domésticas de caráter técnico.

Para uma melhoria facilitadora da comercialização de serviços entre países é necessário que aconteçam mudanças nas legislações domésticas promovendo a eliminação de monopólios estatais, de barreiras à entradas de firmas e de restrições ao IED e ao movimento de pessoas físicas. Além disso, a desregulamentação da prestação de serviços e a eliminação de monopólios estatais, também trariam melhora nas condições de comercialização interestatal.

Outra tipologia proposta por Trebilcock e Howse (1995 apud JÚNIOR, 2000, p.6), identifica quatro tipos de barreiras:

- 1- Diretas e explícitas: proibição por regulamentação interna, de prestação de determinados serviços por parte de estrangeiros;
- 2- Indiretas e explícitas: que impedem a movimentação de fatores, como capital e mão de obra;
- 3- Diretas, mas não explícitas: mantêm monopólios estatais ou estabelecimento de tarifas abaixo do custo para obstruir a prestação de serviços por parte de empresas privadas, nacionais ou estrangeiras;
- 4- Indiretas e não explícitas: são os custos adicionais que os provedores estrangeiros têm para se adaptar às

regulamentações ou determinações do país onde prestarão serviços.

Márcio de Oliveira Júnior (2000) defende em seu texto que, para a melhoria na comercialização de serviços, ou liberalização do comércio, como trata, é necessária a privatização de serviços de utilidade pública e desregulamentação, o que traria benefícios para os países em desenvolvimento por permitir o aumento do número de firmas estrangeiras no país. E como, de acordo com Stephenson (1999 apud JÚNIOR, 2000, p.7), os serviços são determinantes no processo de desenvolvimento econômico, a existência de um setor de serviços avançado, permitindo melhoria do setor e exportação competitiva, serviria para o desenvolvimento da economia dos países em desenvolvimento, inclusive o Brasil.

De acordo com Verikios e Zhang (2001) existem dois tipos de barreiras a esse comércio, as de acesso a mercados, que restringem o estabelecimento e as operações das firmas do setor e são significativas nas telecomunicações, e as restrições ao tratamento nacional, que impedem o estabelecimento e as operações das firmas estrangeiras em um setor específico e são mais comuns em serviços financeiros. O primeiro tipo de barreiras apresentado por eles é determinado como não discriminatório, enquanto o segundo é classificado como discriminatório, mas são mais aplicados em países em desenvolvimento.

As idéias abordadas acima se vistas em longo prazo, poderiam ilustrar um cenário onde ao permitir o IED por meio de instalação de empresas estrangeiras no Brasil, as firmas nacionais se especializariam e melhorariam a qualidade dos serviços que oferecem. Essas mesmas empresas por terem que competir internamente, tanto com empresas nacionais como com as internacionais, para não perder o espaço que têm dentro de seu próprio país viriam a ter condições de competir internacionalmente permitindo-as aumentar as exportações de serviços de suas firmas. Essas novas exportações se juntariam às já feitas por outras firmas do país garantindo um aumento nas divisas para o país e promovendo equilíbrio na balança, o que conseqüentemente desencadearia em desenvolvimento econômico para o Brasil. Outro ponto importante é a negociação de inserção de empresas

nacionais em território estrangeiro, visto que existem também barreiras para essas instalações e que por vezes se torna necessário à firma se estabelecer no território onde pretende prestar serviços. Essa questão deve estar sempre em pauta nas negociações internacionais, de forma que o Brasil possa conseguir maior facilidade de inserção em outros países e permita um maior acesso de suas empresas ao mercado global.

Benedicto Moreira comenta, com uma visão pontual, quais são as dificuldades internas, que impedem ou limitam o aumento da exportação de serviços no Brasil, dividindo-as em três fatores, os subjetivos, os informativos e os operacionais. Para fatores subjetivos ele crê que o setor de serviços é marginalizado, mesmo podendo alocar mão de obra e ajudar a equilibrar a balança, no fator seguinte ele ressalta que a população e os agentes desse setor têm muito pouca ou nenhuma informação sobre serviços, e sugere a massificação das informações sobre o assunto, a abertura e divulgação das estatísticas das exportações, além da criação do SISCOSERV, que já está em curso. Quanto aos fatores operacionais, ele explica que são aqueles que dizem respeito às medidas práticas de apoio, facilitação e estímulo à exportação, caracterizados pelos problemas advindos da enorme burocracia, do sistema tributário e das condições de financiamento existentes. Para Benedicto, uma melhoria nessa situação seria resultado da adesão do governo às sugestões do setor privado em relação à exportação de serviços, tais sugestões são descritas em seu texto, de acordo com as necessidades expostas por integrantes do setor privado prestador de serviço.

Além das barreiras burocráticas existentes, os países em desenvolvimento sofrem também com a exclusão que a mundialização os inseriu, como ao acesso a tecnologias, requisitos de mão-de-obra, e barreiras jurídicas e culturais. Essas nações marginalizadas, normalmente têm que se adaptar às exigências impostas no comércio internacional pelos países desenvolvidos e dificilmente conseguem se destacar em uma área. Por mais que possua vantagem em algum insumo, o que mais favorece uma empresa no mundo hoje é o acesso e a quantidade que esta tem em tecnologia, e esse material se encontra na maioria das vezes nas mãos das grandes potências.

4.2 MENSURAÇÃO E ESTATÍSTICA

Um dos maiores problemas para a determinação da produtividade dos serviços e seu impacto nas economias é a dificuldade de mensuração de seu produto e seus insumos, o que leva a uma definição de serviços como não produtivos, e dessa forma não importantes no desenvolvimento dos países. Esse problema se deve a característica intangível dos serviços, que não permite uma mensuração apurada da qualidade e do valor de cada serviço, comumente prestado por várias empresas diferentes, e também torna difícil a medição do fator trabalho, evidente em situações onde há a terceirização ou a contratação de trabalhadores autônomos, que acaba por demonstrar um impacto artificial nas medidas de produtividade. Boa parte das atividades desempenhadas no setor manufatureiro corresponde a serviços prestados, mas que por ocorrerem no setor de manufaturas acaba por não ser contabilizado no setor de serviços, e nem mesmo os produtores os declaram separadamente como serviços.

Esses dois problemas de mensuração de produtos e insumos levam então à superestimação da produtividade industrial, visto que o que não foi facilmente catalogado como produtividade do setor de serviços, ou dos serviços agregados aos bens, passa a ser catalogado como produtividade da indústria e não apresenta claramente a importância do setor de serviços na economia do país, subestimando sua produtividade e atrapalhando então a elaboração de políticas públicas direcionadas ao setor de serviços bem focadas e eficazes.

Um método estatístico apurado dentro de um país é de suma importância quando se trata de melhora do setor e aproveitamento de suas vantagens, pois permite que se saiba os números reais do comércio e dessa maneira permite ao país focar suas políticas de incentivos aos serviços mais competitivos internacionalmente. Ao melhorar os incentivos internamente o país passa a ser mais competitivo e aumenta seu poder de barganha nas negociações internacionais, obtendo mais vantagens e desenvolvendo sua economia.

As maiores dificuldades encontradas na mensuração de serviços hoje em dia decaem no fato de que as análises estatísticas e seus instrumentos são em sua grande maioria dedicadas à análise do comércio e produção de bens, a mensuração por vezes é feita por extrapolação, relacionada ao setor de bens ou às informações internacionais. Não existe de fato uma definição de dados para a preparação das estatísticas que seja comum a todos os países e economias do mundo, a não ser para turismo, e a maioria dos exportadores de serviços são micro e pequenas empresas, que dificilmente tem suas transações comerciais apuradas de forma correta e dificilmente declaram de forma precisa.

Como tentativa de melhora dessa situação foi elaborado o Manual on Statistics of International Trade in Services preparado pela Organização das Nações Unidas (ONU), Comissão Européia, Fundo Monetário Internacional (FMI), Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e OMC, que tem como foco principal os modos de prestação de serviços definidos pelo GATS. O manual apresenta uma classificação mais detalhada de serviços prestados entre residentes e não residentes e traz maiores informações sobre métodos estatísticos já existentes para o setor de serviços. Essas informações e demonstrações visam abordar como são feitas as estatísticas já existentes para o comércio de serviços e trazer exemplos para que sejam seguidos e que permitam aos países formular estatísticas que possam ser entendidas e exploradas internacionalmente.

Internamente os atores tanto públicos quanto privados têm buscado a modernização do Sistema Integrado de Comércio Exterior de Serviços (SISCOSERV) criado desde 2006, mas que ainda não funciona de acordo com o previsto e necessário. Esse sistema facilitará tanto a comercialização dos serviços, quanto as estatísticas. A Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) elaborou um projeto de competitividade no comércio exterior, que propunha uma resolução que proporcionaria a criação do então chamado SISCOMEX-Serviços, além da modernização do SISCOMEX-Exportação e SISCOMEX-Importação, e que defendia a constituição de um grupo técnico para análises estatísticas dos serviços comercializados. Em palestra apresentada no dia 4 de março de 2008 a

representante do SCS-MDIC, Sra. Jane Pinho, informou que as negociações para a implantação do SISCOSERV já estão em curso, que o sistema tem ação orçamentária aprovada para os anos de 2008 a 2011, e que a previsão para a conclusão da programação do sistema de exportação está programado para o ano de 2008 e de importação para o ano de 2009.

Os objetivos do SISCOSERV são²⁰:

- Registro de exportares e importadores brasileiros de serviços;
- Geração de estatísticas desagregadas e atualizadas de comércio exterior de serviços;
- Produção regular da Balança de Comércio de Serviços;
- Aferição e monitoramento da eficácia das políticas públicas voltadas para o setor de serviços;
- Apoio às negociações internacionais.

Com isso se torna visível que o governo tem buscado uma melhoria e harmonização na mensuração dos dados de serviços, e se confirma a necessidade de tais iniciativas.

4.3 POLÍTICAS DE APOIO E FINANCIAMENTOS NO BRASIL

Como já foi abordado o setor de serviços é altamente importante para a geração de empregos dentro de uma economia globalizada, além de apresentar grandes ganhos por meio da exportação de seus serviços finais garante uma grande dinamicidade por meio de serviços intermediários que servem de insumo para as

20

Informações retiradas de apresentação em ppt.: *Comércio Exterior de Serviços*, ministrada por Jane Pinho, representante da SCS-MDIC no 123º ENCOMEX – Encontro de Comércio Exterior, dia 04 de março de 2008.

indústrias. Como fato exemplificado é visível que os países mais avançados tem suas bases comerciais fundadas no terceiro setor e conseqüentemente são os que mais exportam serviços.

Em primeiro lugar, para que se possa elaborar uma política e estratégias de melhoria nos serviços e inserção internacional dos mesmos de forma competitiva, deve-se ter em mente qual a importância do setor para o país. Mas o cálculo dessa importância tem sido comprometido no Brasil por conta dos problemas de mensuração que foram abordados anteriormente e a precariedade nas estatísticas elaboradas no país. Apesar disso espera-se que com a inserção do SISCOSERV e a implementação do grupo técnico para a elaboração de estatísticas para o setor esses entraves sejam amenizados e possam chegar a não existir. Infelizmente essa ação está bastante atrasada em relação ao que já acontece no mercado global de serviços e em relação ao tempo que se exportam serviços no Brasil, mas uma vez implementado, e funcionando eficazmente, o SISCOSERV será de grande ajuda e proporcionará ao país um melhor investimento no terceiro setor de modo a se recuperar o tempo perdido.

É sabido que, hoje em dia, para o aumento do desenvolvimento de uma nação, por conta da globalização e da mundialização das economias, é necessário um incentivo e aumento da inserção internacional do que é produzido no país, tanto bens, quanto serviços, tornando-se necessário por vezes até mesmo a instalação de empresas em outros territórios.

De acordo com Marconini (2006), a velocidade e intensidade do aumento da internacionalização de serviços nas economias nacionais tem sido grandemente influenciada pelas políticas públicas internas que subsidiam os requisitos necessários para o aumento do fluxo das atividades e buscam intensificar a internacionalização desses serviços por meio de Tratados e Acordos Internacionais.

Partindo dessas idéias, entende-se que é de grande relevância que o governo se interesse por elaborar uma política pública totalmente voltada a melhoria dos serviços e de sua forma de comercialização internacional, visando maior

qualidade e possibilidade de ganhos através da prestação desses serviços à economias internacionais. Sabe-se que a exportação de serviços brasileiros de construção civil, engenharia e TIC têm trazido divisas que contribuem positivamente para o desenvolvimento do país, e dessa maneira confirma-se a necessidade de um maior apoio governamental de forma a possibilitar uma maior sofisticação tecnológica e inserção de novas empresas no mercado internacional para que se possam extrair mais vantagens da internacionalização dos serviços brasileiros. Até pouco tempo os únicos que conseguiam se encaixar como aptos a receber financiamento às suas exportações eram os serviços de engenharia, mas até mesmos esses enfrentam dificuldades, pois precisam ter bens atrelados as duas exportações de serviços.

Assim como é importante que haja políticas públicas para o incentivo à internacionalização das empresas de serviços e às exportações dos mesmos, torna-se também vital que haja financiamento dessas internacionalizações, de forma a permitir a ampliação dos mercados das firmas nacionais. Essas iniciativas, apesar de serem válidas, possuem restrições em termos de volumes de recursos ou exigência de garantias, que tornam difícil a estruturação de operações e o fornecimento internacional de serviços de forma que se possa competir com os outros países, principalmente nos países como EUA, França, Alemanha e Japão, onde o financiamento de longo prazo não é apenas de preocupação do setor privado, mas também recebe participação dos governos, que enxergam a necessidade desses financiamentos para que os serviços se tornem competitivos internacionalmente, ganhem mercado, gerem aumento de cambio e conseqüentemente desenvolvimento interno no país.

O Brasil já tem canalizado esforços rumo à preparação e melhoria de políticas e de maior inserção internacional de seus serviços. O Banco do Brasil (BB), por exemplo, trabalha com Adiantamento sobre Contratos de Cambio (ACC) e Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACE), que facilitam as exportações de serviços, e é agente financeiro do Programa de Geração de Emprego e Renda (PROGER), instituído pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e pelo Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador (CODEFAT) que financia a

montagem, ampliação ou modernização de pequenos negócios, entre esses, os de serviços. É agente financeiro também do Programa de Financiamento às Exportações (PROEX) que objetiva fornecer financiamentos equivalentes aos do mercado internacional em Financiamento e Equalização e do BNDES-exim que cria linhas de crédito em condição de competitividade com as similares oferecidas no mercado internacional.

O Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) é gestor do Fundo de Garantia à Exportação (FGE), que dá cobertura às garantias prestadas pela União nas operações de Seguro de Crédito à Exportação (SCE). O objetivo do SCE é segurar as exportações contra riscos comerciais, políticos e extraordinários que possam afetar as transações financeiras relacionadas às exportações.

Apesar da existência do programa de apoio do BNDES-exim, como já foi explicitado anteriormente, existem algumas ressalvas quando se trata de comercialização de serviços, como por exemplo, as exportações de serviços têm que ser associadas às exportações de bens que estejam na lista de exportáveis e que tenham um valor de 30% da exportação. Para os percentuais de bens no setor de construção civil o BNDES define caso a caso, e o pagamento de Comissão de Agente Comercial no exterior tem o limite de até 15% da exportação e tem que ser aprovada pela Secretaria de Comércio Exterior (SECEX).

Mais recentemente foi lançado pelo BNDES o Programa para o Desenvolvimento da Indústria de *Software* e Serviços de Tecnologia da Informação (PROSOFT) que tem como objetivo principal o aumento da participação das empresas nacionais tanto no mercado interno quanto na exportação, e possui três subprogramas:

- PROSOFT-Empresa: que financia os planos de negócios, modernização e qualificação das empresas;
- PROSOFT-Comercialização: que financia a venda dos produtos e dos serviços relacionados a eles;

- PROSOFT-Exportação: que financia as modalidades de pré e pós-embarque.

Além desses existe o programa de exportações de serviços da Câmara de Comercio Exterior (CAMEX) e MDIC, e a plataforma de exportação de serviços de tecnologia da informática contemplada (MP do Bem), que visa simplificar e desonerar as exportações do segmento.

Apesar de existirem esses programas, ainda é visível que o apoio às exportações de serviços no Brasil é bastante limitado principalmente quando se trata da necessidade de arrecadação de bens para que se possam exportar serviços. A explicação para essas limitações é que, como a estrutura do comércio exterior no Brasil é baseada na exportação de bens, a compra de produtos brasileiros é vista como a garantia de que serão gerados empregos e demanda no país. Aparentemente, esta preocupação é desnecessária, pois as principais construtoras do país com atuação no exterior naturalmente geram demanda pelo serviço de outros milhares de empresas garantindo a abertura de milhares de novos empregos e permitindo que essas empresas contratadas dentro do país passem também a comercializar no mercado internacional a partir da abertura que recebeu quando seus serviços formam demandados pela nacional. A Odebrecht trabalha hoje com cerca de 1.700 parceiros exportadores e as construtoras que exportam serviços esperam que a imposição de cotas de quantidade de bens a serem utilizados nas exportações de seus serviços serão futuramente extintas dos contratos de financiamento para exportação de serviços.²¹

Mas o interesse do país não pode ficar voltado apenas para os setores de engenharia e TIC. De acordo com a Unctad²² seis setores apresentam possibilidades de expansão no comercio de serviços nos países em desenvolvimento: serviços profissionais técnicos, turismo, saúde, construção, audiovisual e transportes. Para o Brasil, os setores mais relevantes seriam: turismo, transportes, serviços técnicos e profissionais (arquitetura, engenharia e

²¹ ATTUY, Gabriel. Anuário Comércio Exterior 2006. *Exportar sem ter fábricas nem portos: o Brasil ainda engatinha na venda de serviços, mas o potencial é muito grande*. São Paulo: Analise editorial. 2006.

²² UNCTAD. Assessment of trade in services of developing countries. UNCTAD/ITDC/TSB/7, Genebra: Unctad, 1999. www.unctad.org

administrativos), serviços de construção, e possivelmente venda de franquias, softwares e audiovisuais. Esses serviços então seriam passíveis de uma maior atenção por parte do governo para o incentivo e facilitação no comércio internacional, além de incentivos internos, de melhoria dos setores visando sua capacitação para uma futura inserção no mercado mundial e apoio governamental para as pequenas e médias empresas do setor.

A SCS-MDIC tem buscado atender todas as necessidades de melhoria nas políticas de apoio aos mais diversos setores de serviços no Brasil. Ela apresenta como seus principais desafios o desenvolvimento do SISCOSEV, a publicação das estatísticas do comércio exterior de serviços pelo Panorama do Comércio Internacional de Serviços, o financiamento e crédito às exportações de serviços com entidades de fomento, as negociações internacionais em serviços e a extensão de incentivos à exportação ao setor de serviços. Dentro desses desafios a secretaria desenvolve ações em parceria com outros atores do comércio internacional, como apresentado na lista a seguir (Tabela 4.1), retirada da apresentação feita pela representante da SCS no 123o Encontro de Comércio Exterior (ENCOMEX), em 04 de março de 2008.

A partir da análise das iniciativas citadas na percebe-se que o governo brasileiro tem se preocupado em promover ações que favoreçam o comércio internacional de serviços, e que já tem percebido a importância de outros tipos de serviços além daqueles que já recebem algum tipo de apoio e financiamento no país. Espera-se que as ações obtenham sucesso, e que o país possa se inserir de forma mais expressiva no comércio internacional. Buscando assim aumentar o bem estar populacional por meio de prestação dos mais variados tipos de serviços de alta qualidade, abrindo novas vagas de emprego para as novas empresas e para as que estarão em expansão, aumentando as exportações e trazendo mais divisas para o país. E finalmente alcançando um melhor nível de desenvolvimento para o país.

Tabela 12 – Ações em desenvolvimento pela SCS – MDIC.

AÇÃO	ATORES ENVOLVIDOS
Desenvolvimento do SISCOSERV	Receita Federal do Brasil (RFB) e Banco Central do Brasil (BACEN)
Harmonização de conceitos sobre o comércio internacional de serviços	RFB e BACEN
Elaboração de estatísticas do comércio exterior de serviços - Panorama do Comércio Internacional de Serviços	BACEN e IBGE
Capacitação de empresários em comércio exterior	Acordo de Cooperação Técnica BB-SCS
Promoção Comercial e Estudos de Inteligência Comercial	Acordo de Cooperação APEX-SCS
Ampliação da utilização do ACC – Adiantamento de Contrato de Câmbio	BACEN e BB
Redução a zero da alíquota do IR nas remessas ao exterior destinadas ao pagamento de despesas vinculadas à promoção das exportações de serviços	APEX e RFB
Viabilização de exportação de serviços em reais	BACEN, CAMEX e RFB
Confecção de Manual de Exportação de Software	APEX, Banco do Brasil, CNC e SEBRAE
Ampliação do RECOF para Serviços de Remanufatura nos setores automotivo/ eletrônico	RFB
Orientação ao setor de Serviços Audiovisuais e Film Comission sobre comércio internacional de serviços	APEX e ANCINE
Remessas Expressas, Estatísticas, Franquias e Serviços de Remanufatura	Cooperação com o Departamento de Comércio dos EUA
Elaboração do Manual de Exportação em Software	CNC, BB, SEBRAE e APEX
Negociações Internacionais	MRE e entidades do setor privado
Engajamento com o Projeto de Internacionalização do Setor de Serviços do SEBRAE	SCS
Participação no Conselho Nacional do Turismo – CNTUR	SCS
Participação no Conselho Superior do Cinema	SCS

Fonte: SCS - MDIC

CONCLUSÕES

A globalização é um acontecimento inerente ao mundo moderno, existente no cotidiano, e que não pode ser ignorado. Com ela os modos de produção evoluíram e os produtos chegaram a um ponto onde necessitaram mais serviços aplicados à sua produção, para que pudessem obter melhor qualidade e se tornassem competitivos em relação aos produtos das firmas internacionais. Firms estas, que se encontram competindo tanto no mercado interno, quanto no externo, visto que a economia, a partir deste fenômeno, tornou-se internacional e é cada vez mais normal o estabelecimento das firmas fora de seu país de origem. No Brasil esta característica não é diferente e as necessidades de cada vez mais capacidade de competição internacional são percebidas diariamente em todos os setores da economia. As empresas precisam ter qualidade para competir dentro do país contra as estrangeiras que se instalam ou as que exportam para o Brasil e para competir também fora dele com empresas de vários outros países, e ainda, terem capacidade de se instalarem em outros territórios.

Por que bens intensivos em serviços caracterizam bens melhores desenvolvidos, inovados e de melhor qualidade, um limitado desenvolvimento no setor de serviços intermediários pode influenciar negativamente sua competição internacional. Assim, por mais que o país esteja focado na produção de bens, precisa de um bom setor de serviços, para que eles possam ser usados na melhoria dos bens produzidos, e os faça obter vantagens competitivas. Ao obterem estas vantagens, e se inserirem no mercado internacional, o país passa a garantir também um aumento nas suas divisas e no nível de seu desenvolvimento. Estes aumentos geram também aumento no bem estar populacional, o que faz com que a população passe a demandar mais serviços finais, tais como serviços médicos, seguros e viagens, fazendo com que eles também se tornem importantes para o mercado. Cada vez mais as economias desenvolvidas se especializaram na prestação deste tipo de serviços, passando também a comercializá-los internacionalmente, sem a necessidade de um bem atrelado. Entretanto, o Brasil está menos consolidado nessa área em relação aos países desenvolvidos, e essa deficiência é aparente

quando se percebe que as importações de serviços acontecem em maior quantidade do que as exportações destes pelo país. Dessa forma, são necessários esforços que aumentem a participação dos serviços brasileiros tanto no mercado interno quanto no mercado mundial e que eliminem obstáculos externos às exportações brasileiras. Com isso o país pode vir a usufruir as vantagens tanto dos serviços intermediários sobre seus produtos quanto dos serviços finais diretamente na economia e no bem estar populacional.

Os números do setor, ainda que com uma grande margem de erros por conta da dificuldade de mensuração, demonstram que o país tem um grande potencial, com áreas em que possui vantagens quanto a insumos e um grande território que ainda pode ser explorado. Pode-se perceber também, que o número das exportações tem crescido cada vez mais nos últimos anos, desde que se começou a discutir as necessidades do setor no Brasil, provando que quanto mais atenção é dada ao setor, melhor ele se desenvolve e melhores são os resultados para o país.

Um crescimento do setor de serviços no Brasil, tanto internamente quanto externamente trará um maior desenvolvimento também nas outras áreas da economia, bem como o aumento de vagas de emprego oferecidas. Os serviços onde os produtores precisam se deslocar para o país consumidor, caracterizados pelo IED (Modo 3), são tidos como a mais importante forma de comércio de serviços, e por isso merecem também grande atenção. Sendo assim, o país precisa receber mais empresas internacionais, de modo a empregar a população e precisa também proporcionar maiores chances de estabelecimento de empresas brasileiras fora do país para que possa receber os lucros advindos das outras nações.

Uma das maneiras de atingir um aumento no Modo 3 de prestação de serviços, bem como em todos os outros modos, seria o investimento na melhoria da imagem externa do país, de maneira que se fortaleça a exportação. Ações desse tipo tem sido feitas pela Apex-Brasil, e precisam cada dia mais do apoio dos outros setores e agências do governo, além das associações do setor privado, pois por

meio da melhoria da imagem a entrada de qualquer produto brasileiro passa a ser bem vinda nos outros países e todos os setores da economia são favorecidos.

A criação do SISCOSERV promete trazer um grande avanço em relação à mensuração e estatística, por meio dele muitos dos números que são atribuídos à comercialização de bens serão confirmados como sendo de serviços e uma maior precisão nos números do setor será obtida. Os atores do setor de serviços têm essa ação como uma das mais importantes onde eles depositam uma grande esperança de um salto no avanço do mercado de serviços brasileiros para exportação, e um maior interesse do governo pelo setor a partir do momento em que os números reais do mesmo forem divulgados. Pois, para conseguirem ações e ajudas vindas do governo é necessário ao setor privado apresentar dados e resultados que comprovem que a comercialização de serviços traz lucros e bons resultados ao país e aos outros setores da economia.

Outra questão muito importante são os financiamentos, que além de não atenderem a todos os setores de serviços ainda exigem uma enorme quantidade de pré-requisitos, que as micro e pequenas empresas (MPEs), não conseguem atender. Os financiamentos então são possíveis somente para as grandes empresas, mas a maior quantidade de exportações de serviços são feitas pelas MPEs. Além destas, no gráfico 3.4, foi mostrado que o número de pessoas físicas exportadoras tem crescido muito mais do que o de pessoas jurídicas. Dessa forma, torna-se necessário que o governo se atente também para a contribuição destes pequenos prestadores, e que os proporcione condições de recebimento de financiamento, visando facilitar uma maior inserção delas no mercado global e o aumento da possibilidade de desenvolvimento do país.

Em suma, como defende Moreira (2006), é fundamental a obtenção de superávits ou equilíbrio da conta de serviços comerciais, visto que estes são os mais exportados. É necessário também o aproveitamento da capacidade de geração de empregos do setor, a absorção de tecnologias e ampliação de produtividade, o apoio ao combate à inflação, o aumento do apoio à exportação de mercadorias, a viabilização de exportação para micro e pequenas empresas, a promoção da

integração nacional e regional e finalmente a melhoria da imagem externa do país de modo a fortalecer a ação exportadora de mercadorias.

Percebe-se que o governo tem se atentado cada vez mais nos últimos anos para as necessidades desse setor, e que os atores privados têm pressionado o setor público para a criação de mais políticas destinadas ao setor de serviços e têm discutido suas necessidades abertamente. Em resposta a isso e comprovando que o governo não está parado em relação ao comércio internacional de serviços, muitas ações estão previstas, e espera-se que estas obtenham sucesso e tragam os resultados esperados. O Brasil é um país muito rico e de cultura criativa, os mais variados tipos de serviços podem ser oferecidos por todos os tipos de pessoas nos mais diversos lugares do país. Dessa forma, é necessário que haja realmente uma massificação das informações sobre este setor tão expressivo internamente e sobre seu potencial no mercado externo. A partir de um maior conhecimento da população, sobre o setor, e maior facilidade no acesso dos pequenos prestadores de serviços às vantagens oferecidas pelo governo, com certeza haverá uma maior demanda por políticas públicas, e uma mais fácil mensuração e obtenção de resultados concretos sobre este mercado. Além disso, os outros estados do país poderão vir a exportar mais serviços, visto que hoje em dia essas exportações estão concentradas somente no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Finalmente, este tão rico país, ao se dedicar também, mas não somente, ao setor de serviços pode vir a experimentar um maior desenvolvimento e chegar ao patamar onde realmente deveria estar caso se aproveitasse de seus atributos e insumos. É importante agora que seus governantes preocupem-se em utilizar o potencial do país para o obter crescimento econômico e oportunidades de emprego a todos. E conseqüentemente, que as discussões mais comuns mudem seu foco e passem a abordar o grande desenvolvimento que pode ser alcançado pelo Brasil ao longo do século XXI, e não os tristes acontecimentos da política brasileira do início deste mesmo século.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, P. H. *Serviços estratégicos para o desenvolvimento*. Disponível em: http://www.sei.ba.gov.br/publicacoes/publicacoes_sei/bahia_analise/sep/pdf/sep_70/ser_est_desen.pdf> Acesso em: 09 jul. 2007.

ATTUY, Gabriel. *Exportar sem ter fábricas nem portos: o Brasil ainda engatinha na venda de serviços, mas o potencial é muito grande*. Disponível em: http://www.analisecomercioexterior.com.br/comex06/exportacao/index.php?acao3_cod0=95c980104ac354f142472bff9a6c49d6>. Acesso em: 05 mar. 2008.

CASSONE, Vitorio. *Direito Tributário*. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

HORTA, M. H., SOUZA, C. F., WADDINGTON, S. C. *Desempenho do setor de serviços brasileiros no mercado internacional*. Rio de Janeiro: IPEA, 1998 (Texto para discussão, 600).

ITC. Trade in services: Basics of service exporting. Disponível em: <http://www.intracen.org/serviceexport/basics.htm#top>> Acesso em: 13 jun. 2007.

JUNIOR, M. O. *Uma análise da Liberalização do Comércio Internacional de Serviços no Mercosul*. Rio de Janeiro: IPEA, 2000 (Texto para discussão, 727).

KON, Anita. *Economia de Serviços: teoria e evolução no Brasil*. Rio de Janeiro: Ed. Campus/Elseviere, 2004.

_____. O Comércio Internacional da Indústria de Serviços: os impactos no desenvolvimento de países da América Latina. *Cadernos Prolam/USP*, São Paulo, v.2, ano 5, p. 9-47, 2006.

MDIC. *Informações gerais sobre o comércio de serviços*. Disponível em: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1196859176.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2008.

_____. *Panorama do Comercio Internacional de Serviços*. Disponível em: http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1202750324.pdf> Acesso em: 24 jul. 2007.

MIOZZO, M.; SOETE, L. *Internationalization of services: a technological perspective*. Disponível em <http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=3118>> Acesso em: 23 set. 2007.

MOREIRA, Benedicto F. *A Construção de uma Política de Exportação de Serviços*. Rio de Janeiro: AEB, 2007.

MOREIRA, Benedicto F. *Proposta de política de modernização competitiva no comércio exterior brasileiro*. Rio de Janeiro: AEB, 2007.

PORTER, Michael E. *A vantagem competitiva das nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

SANTANA, C. H. V.; KASAHARA, Y. *Os limites da integração financeira e políticas de crédito na América do Sul: um novo modelo de desenvolvimento regional?* *Observador On-line*. Vol. 1, n. 5, jul. 2006.

SANTOS, F. Democracia, legislativo e os novos desafios para a expansão do capitalismo brasileiro. *Análise de Conjuntura OPISA*. N 9, set. 2006.

SAUVANT, Karl P. *The transnationalization of service industries*. Disponível em: <<http://unctc.unctad.org/data/e93iia3.pdf>>. Acesso em: 08 dez. 2007.

SILVA, A. M. et al. *Economia de serviços: uma revisão de literatura*. Brasília: IPEA, 2006. (Texto para discussão, 1173).

UNCTAD. *Assessment of trade in services of developing countries*. Disponível em: <<http://www.unctad.org/en/docs/poitcdtsbd7.pdf>> Acesso em: 23 set. 2007.

VERIKIOS, G.; ZHANG, X. *Global gains from liberalizing trade in telecommunications and financial services*. Productivity Commission Staff Research Paper. Canberra, 2001.

Endereços eletrônicos:

AEB. Disponível em: <<http://www.aeb.org.br/>>. Acesso em: 15 jun. 2007.

BNDES. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/>>. Acesso em: 04 dez. 2007.

ENCOMEX. Disponível em: <<http://www.encomex.desenvolvimento.gov.br/>>. Acesso em: 23 fev. 2008.

IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 14 out. 2007.

IPEA. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/default.jsp>>. Acesso em: 20 jul. 2007.

ITC. Disponível em: <<http://www.intracen.org/>>. Acesso em: 15 ago. 2007.

MDIC. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/>>. Acesso em: 13 jun. 2007.

OECD. Disponível em: <<http://www.oecd.org>>. Acesso em: 15 ago. 2007.

OMC. Disponível em: <<http://www.wto.org/>>. Acesso em: 22 jul. 2007.

UNCTAD. Disponível em: <<http://www.unctad.org>>. Acesso em: 17 ago. 2007.

ANEXOS

Anexo A - MTN.GNS/W/120 - Lista de classificação setorial de Serviços, OMC.

Setores	Subsetores
1. Serviços de Empresas	<p>A. Serviços Profissionais</p> <ul style="list-style-type: none"> a) serviços jurídicos b) serviços de contabilidade e auditoria c) serviços de assessoramento tributário d) serviços de arquitetura e) serviços de engenharia f) serviços integradas de engenharia g) serviços de planejamento urbano e de arquitetura paisagística h) serviços médicos e odontológicos i) serviços de veterinária j) serviços de parteiras e enfermeiras, fisioterapeutas e pessoal paramédico k) outros <p>B. Serviços de Informática e Conexos</p> <ul style="list-style-type: none"> a) serviços de consultores em instalação de equipamen-to de informática b) serviços de implementação de programas de infor-mática c) serviços de processamentos de dados d) serviços de bases de dados e) outros <p>C. Serviços de Pesquisas e Desenvolvimento</p> <ul style="list-style-type: none"> a) serviços de P&D em ciências naturais b) serviços P&D em ciências sociais e humanas c) serviços de P&D interdisciplinares <p>D. Serviços Imobiliários</p> <ul style="list-style-type: none"> a) relativos a bens próprios ou arrendados b) por comissão ou por contrato <p>E. Serviços de Arrendamento ou Aluguel sem Operador</p> <ul style="list-style-type: none"> a) relativos a embarcação sem tripulação b) relativos a aeronaves sem tripulação c) relativos a outros equipamentos de transporte sem pessoal d) relativos a outras máquinas e equipamentos e) outros <p>F. Outros Serviços de Empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> a) serviços de publicidade b) serviços de pesquisa de mercados e coleta de opi-niãõ pública c) serviços de consultores em administração d) serviços relacionados com consultores em adminis-tração e) serviços de ensaios e análises técnicas f) serviços associados à agricultura, caça e silvicultura g) serviços associados à pesca h) serviços associados à mineração i) serviços associados às manufaturas j) serviços associados à distribuição de energia k) serviços de colocação e fornecimento de pessoal l) investigação e segurança m) serviços relacionados a consultoria em ciência e tecnologia

	n) manutenção e reparo de equipamento (não incluídos embarcações, aeronaves ou outro equipamento de transporte) o) serviços de limpeza de edifícios p) serviços fotográficos q) serviços de empacotamento r) impressão e publicação s) serviços de encontros e convenções t) outros
2. Serviços de Comunicação	A. Serviços postais B. Serviços de correio C. Serviços de telecomunicações a) serviços de telefonia b) serviços de transmissão de “pacotes” de dados c) serviços de transmissão de dados com computação de circuitos d) serviços de telex e) serviços de telégrafo f) serviços de facsímile g) serviços de circuitos privados arrendados h) correio eletrônico i) correio de voz j) extração de informação em linha e de bases de dados k) intercâmbio eletrônico de dados (IED) l) serviços de ampliação/adição de valor a facsímile, inclusive armazenamento e retransmissão, armazenamento e recuperação m) conversão de códigos e protocolos n) processamento de dados e/ou informação on-line (inclusive processamento de transação) o) outros D. Serviços audiovisuais a) serviços de produção e distribuição de filmes cine-matográficos e fitas de vídeo b) serviços de projeção filmes cinematográficos c) serviços de rádio e televisão d) serviços de transmissão de rádio e televisão e) gravação sonora f) outros
3. Serviços de Construção e Serviços relacionados a Engenharia	A. Trabalhos gerais de construção de edificação B. Trabalhos gerais de construção de engenharia civil C. Trabalhos de instalação e montagem D. Trabalhos de conclusão e acabamento de edificação E. Outros
4. Serviços de Distribuição	A. Serviços de agentes comissionados B. Serviços comerciais de atacado C. Serviços de varejo D. Franquia E. Outros
5. Serviços Educacionais	A. Serviços de ensino primário B. Serviços de ensino secundário C. Serviços de ensino superior D. Ensino de adultos E. Outros serviços de ensino

6. Serviços de Meio Ambiente	A. Serviços de esgoto B. Serviços de eliminação de desperdícios C. Serviços de saneamento e similares D. Outros
7. Serviços Financeiros	A. Seguros e serviços relacionados com seguros a) seguro de vida, contra acidentes e de saúde b) demais modalidades de seguros c) resseguro e retrocessão d) serviços auxiliares de seguros (inclusive corretores e agências de serviços) B. Serviços bancários e outros serviços financeiros a) aceitação de depósito e outras aplicações do público b) empréstimos, dentre outros, créditos pessoais, créditos hipotecários, factoring e financiamento de transações comerciais c) arrendamento financeiro d) pagamentos e transferência monetária e) garantias e compromissos f) negociação por conta própria ou em nome de clientes, em bolsa, em mercado de balcão e outras modalidades como: - instrumentos de mercado financeiro (cheques, letras, certificados de depósitos, etc.) - câmbio - produtos derivativos, como futuros, opções e outros - instrumentos de câmbio e juros, tais como “swaps”, acordos sobre juros futuros, etc. - valores transferíveis (mobiliários, títulos financeiros, etc.) - outros instrumentos e ativos financeiros negociáveis, inclusive metais. g) participação, como agente, em emissões de toda classe de valores mobiliários, inclusive subscrição e colocação, e prestação de serviços relacionados a essas emissões h) corretagem de câmbio i) administração de ativos, tais como caixa, carteira de aplicações, fundo de investimentos, fundos de pensão, depósitos e serviços fiduciários j) serviços de compensação e liquidação de ativos financeiros diversos k) assessoria financeira e outros serviços auxiliares com respeito a qualquer das atividades correlatas, inclusive relatórios, informes e análise de crédito, estudos e assessoramento sobre investimentos e exame de composição da carteira de ativos de investimento, bem como sobre aquisições, reestruturação e estratégia das empresas. l) prover e transferir informações financeiras, processamento de dados financeiros e programas de computador de outros provedores de serviços financeiros. - outros
8. Serviços de Saúde e Sociais (exceto os médicos, dentários e veterinários)	A. Serviços hospitalares B. Outros serviços de saúde C. Serviços Sociais D. Outros
9. Serviços de Turismo e Relacionados com Viagens	A. Hotéis e restaurantes, inclusive os serviços de fornecimento (catering) B. Serviços de agências de viagens e operadores de turismo C. Serviços de guias de turismo D. Outros

10. Serviços de Diversão, Cultural e Esportivos (exceto os serviços audiovisuais)	A. Serviços de entretenimento (inclusive teatros, bandas de música e circos) B. Serviços de agências de notícias C. Serviços de bibliotecas, arquivos, museus e outros serviços culturais D. Serviços desportivos e outros serviços de diversão E. Outros
11. Serviços de Transportes	A. Serviços de transporte marítimo a) transporte de passageiros b) transporte de carga c) aluguel de embarcações com tripulação d) manutenção e reparo de embarcações e) serviços de rebocador e empurrador f) serviços de apoio ao transporte marítimo B. Transporte por vias de navegação interiores a) transporte de passageiros b) transporte de carga c) aluguel de embarcações com tripulação d) manutenção e reparo de embarcações e) serviços de rebocador e empurrador f) serviços de apoio ao transporte por vias navegáveis interiores C. Serviços de transporte aéreo a) transporte de passageiros b) transporte de carga c) aluguel de embarcações com tripulação d) manutenção e reparo de embarcações e) serviços de rebocador e empurrador f) serviços de apoio ao transporte aéreo D. Transporte pelo espaço E. Serviços de transporte ferroviário a) transporte de passageiros b) transporte de carga c) serviços de rebocador e empurrador d) manutenção e reparo de equipamento de transporte ferroviário e) serviços de apoio ao transporte ferroviário F. Serviços de transporte rodoviário a) transporte de passageiros b) transporte de carga c) aluguel de veículos comerciais com operador d) manutenção e reparo de equipamento de transporte rodoviário e) serviços de apoio ao transporte rodoviário G. Serviço de transporte por dutos a) transporte de combustíveis b) transporte de outros produtos H. Serviços auxiliares aos meios de transporte a) serviços de manuseio de carga b) serviços de armazenagem e entrepostagem c) serviços de agências de transporte de carga d) outros I. Outros serviços de transportes

XII. Outros Serviços não Incluídos Anteriormente	
---	--

ANEXO B - MERCOSUL/CMC/DEC. Nº 13/97.

**PROTOCOLO DE MONTEVIDÉU
SOBRE O COMÉRCIO DE SERVIÇOS DO MERCOSUL**

PREÂMBULO

A República Argentina, a República Federativa do Brasil, a República do Paraguai e a República Oriental do Uruguai, Estados Partes do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL);

Reafirmando que, de acordo com o Tratado de Assunção, o Mercado Comum implica, dentre outros compromissos, a livre circulação de serviços no mercado ampliado;

Reconhecendo a importância da liberalização do comércio de serviços para o desenvolvimento das economias dos Estados Partes do MERCOSUL, para o aprofundamento da União Aduaneira e a progressiva conformação do Mercado Comum;

Considerando a necessidade de que os países e regiões menos desenvolvidos do MERCOSUL tenham uma participação crescente no mercado de serviços e de promover o comércio de serviços na base da reciprocidade dos direitos e obrigações;

Desejando consagrar num instrumento comum as normas e princípios para o comércio de serviços entre os Estados Partes do MERCOSUL, com vistas à expansão do comércio em condições de transparência, equilíbrio e liberalização progressiva;

Levando em conta o Acordo Geral sobre Comércio de Serviços (AGCS) da Organização Mundial do Comércio (OMC), particularmente seu Artigo V, e os compromissos assumidos pelos Estados Partes no AGCS;

Convêm no seguinte:

PARTE I

OBJETIVO E ÂMBITO DE APLICAÇÃO

Artigo I

Objetivo

1. Este Protocolo tem por objetivo promover o livre comércio de serviços no MERCOSUL.

Artigo II

Âmbito de aplicação

1. O presente Protocolo aplica-se às medidas adotadas pelos Estados Partes que afetem o comércio de serviços no MERCOSUL, incluídas as relativas a:

- i)** a prestação de um serviço;
- ii)** a compra, pagamento ou utilização de um serviço;
- iii)** o acesso a serviços que se ofereçam ao público em geral por prescrição dos Estados Partes, e a utilização deles, por motivo da prestação de um serviço;
- iv)** a presença, incluída a presença comercial, de pessoas de um Estado Parte no território de outro Estado Parte para a prestação de um serviço.

2. Para efeitos do presente Protocolo, define-se o comércio de serviços como a prestação de um serviço:

- a)** do território de um Estado Parte ao território de qualquer outro Estado Parte;
- b)** no território de um Estado Parte a um consumidor de serviços de qualquer outro Estado Parte;

c) por um prestador de serviços de um Estado Parte mediante a presença comercial no território de qualquer outro Estado Parte;

d) por um prestador de serviços de um Estado Parte mediante a presença de pessoas físicas de um Estado Parte no território de qualquer outro Estado Parte.

3. Para efeitos do presente Protocolo:

a) entender-se-á por “medidas adotadas pelos Estados Partes” as medidas adotadas por:

i) governos e autoridades centrais, estatais, provinciais, departamentais, municipais ou locais; e

ii) instituições não governamentais em exercício de faculdades nela delegadas pelos governos ou autoridades referidas na letra i).

No cumprimento das suas obrigações e compromissos no quadro do presente Protocolo, cada Estado Parte tomará as medidas necessárias que estejam ao seu alcance para obter a sua observância por parte dos governos e autoridades estatais, provinciais, departamentais, municipais ou locais e pelas instituições não governamentais existentes no seu território;

b) o termo “serviços” compreende todo serviço de qualquer setor, exceto os serviços prestados no exercício de faculdades governamentais;

c) um “serviço prestado no exercício de faculdades governamentais” significa todo serviço que não se preste em condições comerciais nem em concorrência com um ou vários prestadores de serviços.

PARTE II

OBRIGAÇÕES E DISCIPLINAS GERAIS

Artigo III

Tratamento da nação mais favorecida

1. Com relação às medidas compreendidas pelo presente Protocolo, cada Estado Parte outorgará imediata e incondicionalmente aos serviços e aos prestadores de serviços de qualquer outro Estado Parte um tratamento não menos favorável que o que conceda aos serviços similares e aos prestadores de serviços similares de qualquer outro Estado Parte ou de terceiros países.
2. As disposições do presente Protocolo não serão interpretadas no sentido de impedir que um Estado Parte outorgue ou conceda vantagens a países limítrofes, sejam ou não Estados Partes, com o fim de facilitar intercâmbios limitados às zonas de fronteira contíguas de serviços que sejam produzidos e consumidos localmente.

Artigo IV

Acesso aos mercados

1. No que respeita ao acesso aos mercados através dos modos de prestação identificados no Artigo II, cada Estado Parte outorgará aos serviços e aos prestadores de serviços dos demais Estados Partes um tratamento não menos favorável que o previsto de conformidade com o especificado na sua Relação de compromissos específicos. Os Estados Partes se comprometem a permitir o movimento transfronteiriço de capitais que faça parte essencial de um compromisso de acesso aos mercados contido na sua Relação de compromissos específicos com relação ao comércio transfronteiriço, assim como as transferências de capital ao seu território quando se tratar de compromissos de acesso aos mercados contraídos com respeito à presença comercial.
2. Os Estados Partes não poderão manter nem adotar, já for na base de uma subdivisão regional ou da totalidade do seu território, medidas com relação a:
 - a) o número de prestadores de serviços, seja em forma de contingentes numéricos, monopólios ou prestadores exclusivos de serviços, seja através da exigência de uma prova das necessidades econômicas;

- b)** o valor total dos ativos ou transações de serviços em forma de contingentes numéricos ou mediante a exigência de uma prova das necessidades econômicas;
- c)** o número total de operações de serviços ou à quantia total da produção de serviços, expressadas em unidades numéricas indicadas em forma de contingentes ou mediante a exigência de uma prova das necessidades econômicas, excluídas as medidas que limitam os insumos destinados à prestação de serviços.
- d)** o número total de pessoas físicas que possam empregar-se num determinado setor de serviços ou que um prestador de serviços possa empregar e que sejam necessárias para a prestação de um serviço específico e estejam diretamente a ele relacionadas, em forma de contingentes numéricos ou através da exigência de uma prova de necessidades econômicas;
- e)** os tipos específicos de pessoa jurídica ou de empresa conjunta por meio dos quais um prestador de serviços pode prestar um serviço; e
- f)** a participação de capital estrangeiro expressadas como limite percentual máximo à posse de ações por estrangeiros ou como valor total dos investimentos estrangeiros individuais ou agregados.

Artigo V

Tratamento nacional

- 1.** Cada Estado Parte outorgará aos serviços e aos prestadores de serviços de qualquer outro Estado Parte, a respeito de todas as medidas que afetem a prestação de serviços, um tratamento não menos favorável que aquele que dispensa a seus próprios serviços similares ou prestadores de serviços similares.
- 2.** Os compromissos específicos assumidos em virtude do presente Artigo não obrigam os Estados Partes a compensar desvantagens competitivas intrínsecas que resultem do caráter estrangeiro dos serviços ou prestadores de serviços pertinentes.
- 3.** Todo Estado Parte poderá cumprir o estabelecido no parágrafo 1 outorgando aos serviços e prestadores de serviços dos demais Estados Partes um tratamento formalmente idêntico ao que

dispensa aos seus próprios serviços similares ou prestadores de serviços similares.

4. Considerar-se-á que um tratamento formalmente idêntico ou formalmente diferente é menos favorável se modifica as condições de concorrência em favor dos serviços ou prestadores de serviços do Estado Parte se comparado com os serviços similares ou os prestadores de serviços similares de outro Estado Parte.

Artigo VI

Compromissos adicionais

Os Estados Partes poderão negociar compromissos com respeito a medidas que afetem o comércio de serviços, mas que não estejam sujeitas a consignação em listagens, em virtude dos Artigos IV e V, incluídas as que se refiram a títulos de aptidão, normas ou questões relacionadas com as licenças. Esses compromissos serão consignados nas Relações de compromissos específicos dos Estados Partes.

Artigo VII

Relações de compromissos específicos

1. Cada Estado Parte especificará numa relação de compromissos específicos os setores, subsetores e atividades com relação aos quais assumirá compromissos e, para cada modo de prestação correspondente, indicará os termos, limitações e condições em matéria de acesso aos mercados e tratamento nacional. Cada Estado Parte poderá também especificar compromissos adicionais de conformidade com o Artigo VI. Quando for pertinente, cada Estado Parte especificará prazos para a implementação de compromissos assim como a data de entrada em vigor desses compromissos.

2. Os Artigos IV e V não serão aplicados a:

a) os setores, subsetores, atividades, ou medidas que não estejam especificadas na Relação de compromissos específicos;

b) as medidas especificadas na sua Relação de compromissos específicos que estejam em discordância com o Artigo IV ou com o Artigo V.

3. As medidas que estejam em desconformidade ao mesmo tempo com o Artigo IV e com o Artigo V devem ser relacionadas na coluna relativa ao Artigo IV. Neste caso, a inscrição será considerada

como uma condição ou restrição também ao Artigo V.

4. As Relações de compromissos específicos serão anexadas ao presente Protocolo e serão parte integrante dele.

Artigo VIII

Transparência

1. Cada Estado Parte publicará com presteza, antes da data da sua entrada em vigência, exceto situações de força maior, todas as medidas pertinentes de aplicação geral que se refiram ao presente Protocolo ou afetem o seu funcionamento. Outrossim, cada Estado Parte publicará os acordos internacionais que subscrever com qualquer país e que se refiram ou afetem o comércio de serviços.

2. Quando não for possível a publicação da informação a que se refere o parágrafo anterior, ela ficará à disposição do público de outra maneira.

3. Cada Estado Parte informará com presteza à Comissão de Comércio do MERCOSUL, no mínimo uma vez ao ano, do estabelecimento de novas leis, regulamentos ou diretrizes administrativas ou da introdução de modificações às já existentes que considere afetem significativamente o comércio de serviços.

4. Cada Estado Parte responderá com prontidão a todos os pedidos de informação específica que lhe formulem os demais Estados Partes sobre quaisquer das suas medidas de aplicação geral ou acordos internacionais a que se refere o parágrafo 1. Outrossim, cada Estado Parte facilitará informação específica aos Estados Partes que o solicitarem, através do serviço ou serviços estabelecidos, de acordo com o parágrafo 4 do Artigo III do AGCS, sobre todas essas questões ou sobre as que estejam sujeitas a notificação segundo o parágrafo 3.

5. Cada Estado Parte poderá notificar à Comissão de Comércio do MERCOSUL qualquer medida adotada por outro Estado Parte que, a seu juízo, afete o funcionamento do presente Protocolo.

Artigo IX

Divulgação da informação confidencial

Nenhuma disposição do presente Protocolo imporá a Estado Parte algum a obrigação de facilitar informação confidencial cuja divulgação possa constituir um impedimento para o cumprimento das

leis ou ser de outra maneira contrária ao interesse público, ou possa lesar os interesses comerciais legítimos de empresas públicas ou privadas.

Artigo X

Regulamentação nacional

1. Cada Estado Parte se assegurará que todas as medidas de aplicação geral que afetem o comércio de serviços sejam administradas de maneira razoável, objetiva e imparcial.

2. Cada Estado Parte manterá ou estabelecerá tribunais ou procedimentos judiciais, arbitrais ou administrativos que permitam, a pedido de um prestador de serviços afetado, a pronta revisão das decisões administrativas que afetem o comércio de serviços e, quando esteja justificado, a aplicação de soluções apropriadas. Quando tais procedimentos não sejam independentes do órgão encarregado da decisão administrativa de que se tratar, o Estado Parte se assegurará que permitam de fato uma revisão objetiva e imparcial.

As disposições desse item não serão interpretadas no sentido de que imponham a obrigação a Estado Parte nenhum a obrigação de estabelecer esses tribunais ou procedimentos quando isso for incompatível com a sua estrutura constitucional ou com a natureza do seu sistema jurídico.

3. Quando se exigir licença, matrícula, certificado ou outro tipo de autorização para a prestação de um serviço, as autoridades competentes do Estado Parte de que se tratar, num prazo prudencial a partir da apresentação de uma solicitação:

i) quando a solicitação estiver preenchida, resolverão sobre ela informando o interessado; ou

ii) quando a solicitação não estiver completa, informarão o interessado sem atrasos desnecessários sobre o estado da solicitação, assim como, sobre informações adicionais que forem exigidas de acordo com a lei do Estado Parte.

4. Com o objetivo de assegurar que as medidas relativas às normas técnicas, requisitos e procedimentos em matéria de títulos de aptidão e os requisitos em matéria de licenças não constituam obstáculos desnecessários ao comércio de serviços, os Estados Partes assegurarão que estes requisitos e procedimentos, dentre outras coisas:

i) estejam baseados em critérios objetivos e transparentes, tais como a competência e a capacidade para prestar o serviço;

ii) não sejam mais gravosos do necessário para assegurar a qualidade do serviço; e

iii) no caso de procedimentos em matéria de licenças, não constituam por si uma restrição à prestação do serviço.

5. Cada Estado Parte poderá estabelecer os procedimentos adequados para verificar a competência dos profissionais dos outros Estados Partes.

Artigo XI

Reconhecimento

1. Quando um Estado Parte reconhece, de forma unilateral ou através de acordo, a educação, a experiência, as licenças, as matrículas ou os certificados obtidos no território de outro Estado Parte ou de qualquer país que não integre o MERCOSUL:

a) nada do disposto no presente Protocolo será interpretado no sentido de exigir a esse Estado Parte que reconheça a educação, a experiência, as licenças, as matrículas ou os certificados obtidos no território de outro Estado Parte; e

b) o Estado Parte concederá a qualquer outro Estado Parte oportunidade adequada para (i) demonstrar que a educação, a experiência, as licenças, as matrículas ou os certificados obtidos no seu território também devam ser reconhecidos; ou (ii) para que possa celebrar um acordo ou convênio de efeito equivalente.

2. Cada Estado parte se compromete a alentar às entidades competentes nos seus respectivos territórios, entre outras, às de natureza governamental, assim como associações e colégios profissionais, em cooperação com entidades competentes dos outros Estados Partes, a desenvolver normas e critérios mutuamente aceitáveis para o exercício das atividades e profissões pertinentes na esfera dos serviços, através da concessão de licenças, matrículas e certificados aos prestadores de serviços e a propor recomendações ao Grupo Mercado Comum sobre reconhecimento mútuo.

3. As normas e os critérios referidos no parágrafo 2 poderão ser desenvolvidos, entre outros, com base nos seguintes elementos: educação, exames, experiência, conduta e ética, desenvolvimento profissional e renovação da certificação, âmbito de ação, conhecimento local, proteção ao consumidor e requisitos de nacionalidade, residência ou domicílio.

4. Uma vez recebida a recomendação referida no parágrafo 2, o Grupo Mercado Comum a examinará dentro de um prazo razoável para determinar a sua consistência com este Protocolo. Baseando-se neste exame, cada Estado Parte se compromete a encarregar a suas respectivas autoridades competentes, quando assim for necessário, a implementação do decidido pelas instâncias competentes do MERCOSUL, dentro de um período mutuamente acordado.

5. O Grupo Mercado Comum examinará periodicamente e, no mínimo uma vez a cada três anos, a implementação deste Artigo.

Artigo XII

Defesa da concorrência

Com relação aos atos praticados na prestação de serviços por prestadores de serviços de direito público ou privado ou outras entidades que tenham por objeto produzir ou que produzam efeitos sobre a concorrência no âmbito do MERCOSUL e que afetem o comércio de serviços entre os Estados Partes, serão aplicadas as disposições do Protocolo de Defesa da Concorrência do MERCOSUL.

Artigo XIII

Exceções gerais

Com a exceção de que as medidas que são relacionadas a seguir não sejam empregadas de forma que constitua um meio de discriminação arbitrário ou injustificado quando prevaleçam entre os países condições similares, ou uma restrição encoberta ao comércio de serviços, nenhuma disposição do presente Protocolo será interpretada no sentido de impedir que um Estado Parte adote ou aplique medidas:

a) necessárias para proteger a moral ou manter a ordem pública, podendo apenas invocar-se a exceção de ordem pública quando se formule uma ameaça iminente e suficientemente grave para um dos interesses fundamentais da sociedade;

b) necessárias para proteger a vida e a saúde das pessoas e dos animais ou para preservar os vegetais;

c) necessárias para lograr a observância das leis e dos regulamentos que não sejam incompatíveis com as disposições do presente Protocolo, incluindo os relativos a:

i) a prevenção de práticas que induzam a erro e práticas fraudulentas, ou os meios para defrontar os efeitos do descumprimento nos contratos de serviços;

ii) a proteção da intimidade dos particulares com respeito ao tratamento e difusão de dados pessoais e a proteção do caráter confidencial dos registros e contas individuais;

iii) a segurança;

d) incompatíveis com o Artigo V, como está expressado no presente Protocolo, sempre que a diferença de tratamento tenha por objetivo garantir a tributação ou a arrecadação equitativa e efetiva de impostos diretos respeito dos serviços ou dos prestadores de serviços dos demais Estados Partes, compreendendo as medidas adotadas por um Estado Parte em virtude do seu regime fiscal, conforme o estabelecido no Artigo XIV item d) do AGCS.

e) incompatíveis com o Artigo III, como expressado neste Protocolo, sempre que a diferença de tratamento resulte de um acordo destinado a evitar a dupla imposição ou das disposições destinadas a evitar a dupla imposição contidas em qualquer outro acordo ou convênio internacional que seja vinculatório para o Estado Parte que aplica a medida.

Artigo XIV

Exceções relativas à segurança

1. Nenhuma disposição do presente Protocolo será interpretada no sentido que:

a) imponha a um Estado Parte a obrigação de dar informações cuja divulgação considere contrária aos interesses essenciais da sua segurança; ou

b) impeça a um Estado Parte a adoção de medidas que estima necessárias para a proteção dos interesses essenciais da sua segurança:

i) relativas à prestação de serviços destinados direta ou indiretamente a assegurar o fornecimento das forças armadas;

ii) relativas às matérias fissionáveis ou fusionáveis ou àquelas que sirvam para a sua fabricação;

iii) aplicadas em tempos de guerra ou em caso de grave tensão internacional; ou

c) impeça a um Estado Parte a adoção de medidas no cumprimento das obrigações por ele contraídas em virtude da Carta das Nações Unidas para a manutenção da paz e da segurança internacionais.

2. A Comissão de Comércio do MERCOSUL será informada das medidas adotadas em virtude das letras b) e c) do parágrafo 1, assim como da sua finalização.

Artigo XV

Contratação pública

1. Os Artigos III, IV e V não serão aplicáveis às leis, regulamentos ou prescrições que rijam a contratação por organismos governamentais de serviços destinados a fins oficiais e não à re-venda comercial ou à sua utilização na prestação de serviços para a venda comercial.

2. Sem prejuízo do estabelecido no parágrafo 1 e, reconhecendo que tais leis, regulamentos ou prescrições podem ter efeitos de distorção no comércio de serviços, os Estados Partes acordam que serão aplicadas as disciplinas comuns que, em matéria de compras governamentais em geral serão estabelecidas no MERCOSUL.

Artigo XVI

Subvenções

1. Os Estados Partes reconhecem que em determinadas circunstâncias, as subvenções podem ter efeitos de distorção do comércio de serviços. Os Estados Partes acordam que serão aplicadas as disciplinas comuns que em matéria de subvenções em geral serão estabelecidas no MERCOSUL.

2. Será de aplicação o mecanismo previsto no parágrafo 2 do Artigo XV do AGCS.

Artigo XVII

Denegação de benefícios

Um Estado Parte poderá denegar os benefícios derivados deste Protocolo a um prestador de serviços de outro Estado Parte, prévia notificação e realização de consultas, quando aquele Estado Parte demonstre que o serviço está sendo prestado por uma pessoa de um país que não é Estado Parte do MERCOSUL.

Artigo XVIII

Definições

1. Para efeitos do presente Protocolo:

- a)** “medida” significa qualquer medida adotada por um Estado Parte, já for em forma de lei, regulamento, regra, procedimento, decisão ou disposição administrativa, ou em qualquer outra forma;
- b)** “prestação de um serviço” abrange a produção, distribuição, comercialização, venda e provimento de um serviço;
- c)** “presença comercial”, significa todo tipo de estabelecimento comercial ou profissional, através, dentre outros meios, da constituição, aquisição ou manutenção de uma pessoa jurídica, assim como de filiais e escritórios de representação localizadas no território de um Estado Parte, com o fim de prestar um serviço.
- d)** “setor” de um serviço significa:
 - i)** com referência a um compromisso específico, um ou vários subsetores deste serviço, ou a totalidade deles, segundo estabelecido na Relação de compromissos específicos de um Estado Parte;
 - ii)** em outro caso, a totalidade desse setor de serviços, incluídos todos os subsetores.
- e)** “serviço de outro Estado Parte” significa um serviço prestado:
 - i)** desde ou no território desse outro Estado Parte;

ii) no caso de prestação de um serviço mediante presença comercial ou mediante a presença de pessoas físicas, por um prestador de serviços desse outro Estado Parte;

f) “prestador de serviços” significa toda pessoa que preste um serviço. Quando esse serviço não seja prestado por uma pessoa jurídica diretamente, senão através de outras formas de presença comercial, por exemplo, uma filial ou um escritório de representação, outorgar-se-á, não obstante, ao prestador de serviços (quer dizer, à pessoa jurídica), através dessa presença, o tratamento outorgado aos prestadores de serviços em virtude do Protocolo. Esse tratamento será outorgado à presença, através da qual se presta o serviço, sim que seja necessário outorgá-lo a nenhuma outra parte do prestador localizada fora do território no qual se presta o serviço.

g) “consumidor de serviços” significa toda pessoa que receba ou utilize um serviço;

h) “pessoa” significa uma pessoa física ou uma pessoa jurídica;

i) “pessoa física de outro Estado Parte” significa uma pessoa física que resida no território desse outro Estado Parte ou de qualquer outro Estado Parte e que, de acordo com a legislação desse outro Estado Parte, seja nacional desse outro Estado Parte ou tenha o direito de residência permanente nesse outro Estado Parte;

j) “pessoa jurídica” significa toda entidade jurídica devidamente constituída e organizada de acordo com a legislação que lhe for aplicável, tenha ou não fins de lucro, seja de propriedade pública, privada ou mista e esteja organizada sob qualquer tipo societário ou de associação.

k) “pessoa jurídica de outro Estado Parte” significa uma pessoa jurídica que esteja constituída ou organizada de acordo com a legislação desse outro Estado Parte, que tenha nele a sua sede e desenvolva ou programe desenvolver operações comerciais substantivas no território desse Estado Parte ou de qualquer outro Estado Parte.

PARTE III

PROGRAMA DE LIBERALIZAÇÃO

Artigo XIX

Negociação de compromissos específicos

1. No cumprimento dos objetivos do presente Protocolo, os Estados Partes manterão sucessivas rodadas de negociações para efeitos de completar num prazo máximo de dez anos, contados a partir da entrada em vigência do presente Protocolo, o Programa de Liberalização do comércio de serviços do MERCOSUL. As rodadas de negociações serão realizadas a cada ano e terão por objetivo principal a incorporação progressiva dos setores, subsetores, atividades e formas de prestação de serviços ao Programa de Liberalização do Protocolo, assim como a redução ou a eliminação dos efeitos desfavoráveis das medidas sobre o comércio de serviços, como forma a assegurar o acesso efetivo aos mercados. Este processo terá por finalidade promover os interesses de todos os participantes, na base de vantagens mútuas, e obter um equilíbrio global de direitos e obrigações.
2. O processo de liberalização progressiva será encaminhado, em cada rodada, por meio de negociações orientadas para o aumento do nível de compromissos específicos assumidos pelos Estados Partes nas suas Relações de compromissos específicos.
3. No desenvolvimento do Programa de Liberalização serão admitidas diferenças no nível de compromissos assumidos, atendendo às especificidades dos diferentes setores e respeitando os objetivos assinalados no parágrafo seguinte.
4. O processo de liberalização respeitará o direito de cada Estado Parte de regulamentar e de introduzir novas regulamentações dentro dos seus territórios para atingir os objetivos de políticas nacionais relativas ao setor serviços. Essas regulamentações poderão regular, entre outros, o tratamento nacional e o acesso a mercados, toda vez que não anulem ou menoscabem as obrigações emergentes deste Protocolo e dos compromissos específicos.

Artigo XX

Modificação ou suspensão de compromissos

1. Cada Estado Parte poderá, durante a implementação do Programa de Liberalização a que se refere a Parte III do presente Protocolo, modificar ou suspender compromissos específicos incluídos na sua Relação de compromissos específicos.

Esta modificação ou suspensão será aplicável só a partir da data em que for estabelecida e respeitando o princípio da não retroatividade para preservar os direitos adquiridos.

2. Cada Estado Parte recorrerá ao presente regime só em casos excepcionais, na condição de que quando o fizer, notifique o Grupo Mercado Comum e exponha diante dele os fatos, as razões e as justificações para tal modificação ou suspensão de compromissos. Nesses casos, o Estado Parte em questão celebrará consultas com o ou os Estados Partes que se considerem afetados, para alcançar um entendimento consensuado sobre a medida específica a ser aplicada e o prazo em que vigorará.

PARTE IV

DISPOSIÇÕES INSTITUCIONAIS

Artigo XXI

Conselho do Mercado Comum

O Conselho do Mercado Comum aprovará os resultados das negociações em matéria de compromissos específicos assim como qualquer modificação e/ou suspensão deles.

Artigo XXII

Grupo Mercado Comum

1. A negociação em matéria de serviços no MERCOSUL é competência do Grupo Mercado Comum. Com relação ao presente Protocolo, o Grupo Mercado Comum terá as seguintes funções:

- a)** convocar e supervisionar as negociações previstas no Artigo XIX do presente Protocolo. Para esses efeitos, o Grupo Mercado Comum estabelecerá o âmbito, critérios e instrumentos para a celebração das negociações em matéria de compromissos específicos;
- b)** receber as notificações e os resultados das consultas relativas à modificação e/ou suspensão de compromissos específicos segundo o disposto pelo Artigo XX;
- c)** dar cumprimento às funções encomendadas no Artigo XI;
- d)** avaliar periodicamente a evolução do comércio de serviços no MERCOSUL; e

e) desempenhar as demais tarefas que lhe sejam incumbidas pelo Conselho do Mercado Comum, em matérias de comércio de serviços.

2. Para efeitos das funções previstas acima, o Grupo Mercado Comum constituirá um órgão auxiliar e regulamentará a sua composição e modalidades de funcionamento.

Artigo XXIII

Comissão de Comércio do MERCOSUL

1. Sem prejuízo das funções a que se referem os artigos anteriores a aplicação do presente Protocolo estará encomendada à Comissão de Comércio do MERCOSUL, que terá as seguintes funções:

a) receber informações que, de conformidade com o Artigo VIII deste Protocolo, lhe forem notificadas pelos Estados partes;

b) receber informações dos Estados Partes a respeito das exceções previstas no Artigo XIV;

c) receber informação dos Estados Partes com relação a ações que possam configurar abusos de posição dominante ou práticas que distorçam a competência e comunicá-la aos órgãos nacionais de aplicação do Protocolo de Defesa da Competência;

d) entender nas consultas e reclamações que apresentem os Estados Partes com relação à aplicação, interpretação ou descumprimento do presente Protocolo e aos compromissos que assumam nas Relações de compromissos específicos, aplicando os mecanismos e procedimentos em vigor no MERCOSUL; e

e) desempenhar as demais tarefas que lhe forem encomendadas pelo Grupo Mercado Comum, em matéria de serviços.

Artigo XXIV

Solução de controvérsias

As controvérsias que possam surgir entre os Estados Partes com relação à aplicação, interpretação ou descumprimento dos compromissos estabelecidos no presente Protocolo, serão resolvidas de acordo com os procedimentos e mecanismos de solução em vigor no MERCOSUL.

PARTE V

DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo XXV

Anexos

Os Anexos do presente Protocolo são parte integrante dele.

Artigo XXVI

Revisão

1. Com a finalidade de atingir o objetivo e o fim do presente Protocolo, ele poderá ser revisado, considerando a evolução e regulamentação do comércio de serviços no MERCOSUL assim como os avanços alcançados em matéria de serviços na Organização Mundial do Comércio e outros Foros Especializados.
2. Particularmente, e com base na evolução do funcionamento das disposições institucionais do presente Protocolo e da estrutura institucional do MERCOSUL, a Parte IV poderá ser modificada com vistas ao seu aperfeiçoamento.

Artigo XXVII

Vigência

1. O presente Protocolo, parte integrante do Tratado de Assunção, terá duração indefinida e entrará em vigência trinta dias depois da data do depósito do terceiro instrumento de ratificação.
2. O presente Protocolo e seus instrumentos de ratificação serão depositados junto ao Governo da República do Paraguai, o qual remeterá cópia autenticada do presente Protocolo aos Governos dos demais Estados Partes.
3. As Relações de compromissos específicos serão incorporadas às ordens jurídicas nacionais de conformidade com os procedimentos previstos em cada Estado Parte.

Artigo XXVIII**Notificações**

O Governo da República do Paraguai notificará aos governos dos demais Estados Partes a data de depósito dos instrumentos de ratificação e da entrada em vigência do presente Protocolo.

Artigo XXIX**Adesão ou denúncia**

Em matéria de adesão ou denúncia, regerão como um todo, para o presente Protocolo, as normas estabelecidas pelo Tratado de Assunção. A adesão ou denúncia ao Tratado de Assunção ou ao presente Protocolo, significam, ipso jure, a adesão ou denúncia ao presente Protocolo e ao Tratado de Assunção.

Artigo XXX**Denominação**

O presente Protocolo será denominado Protocolo de Montevideu sobre o Comércio de Serviços do Mercado Comum do Sul.

Feito na cidade de Montevideu, República Oriental do Uruguai, aos quinze dias do mês de dezembro do ano de mil novecentos e noventa e sete, num original nos idiomas espanhol e português, sendo ambos os textos igualmente autênticos.

Pelo Governo da República Argentina

GUIDO DI TELLA

Ministro das Relações Exteriores e Culto

Pelo Governo da República Federativa do Brasil

LUIZ FELIPE LAMPREIA

Ministro das Relações Exteriores

Pelo Governo da República do Paraguai

RUBEN MELGAREJO

Ministro das Relações Exteriores

Pelo Governo da República Oriental do Uruguai

CARLOS PEREZ DEL CASTILLO

Ministro (a.i.) das Relações Exteriores.